બીઝનેસ માટેની જરૂરી માહિતી જે તમે નથી જાણતા.

By- Yagnesh Suthar

<Never Judge a Book by its cover>

VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com

પ્રસ્તાવના:

શું તમે એવી દુનિયામાં રહેવા નું વિચારી શકો છો જ્યાં કંઈપણ અસ્તિત્વમાં નથી? એટલે કે, જ્યાં કોઈ પણ વસ્તુ જ નાં હોય એવી દુનિયા.

હા, બીઝનેસ વિના આમ થઈ શકે છે.., તમે કદાચ વિચારતા હોય કે: જો કોઈ બીઝનેસ ન હોય તો આવું કેવી રીતે થઈ શકે?

ચાલો હું તમને સમજાવીશ અને મારા સમજૂતી પછી, તમે ચોક્કસપણે મારી સાથે સંમત થશો.

ધારી લો કે દુનિયા માં કોઈ બીઝનેસ(કંપની, ઇન્ડસ્ટ્રીઝ કે ફેક્ટરી) જ નથી, અને એને લીધે દુનિયા માં કોઈ નોકરી નહીં હોય, અને જો કોઈ નોકરી ન હોય તો, લોકો પૈસા કઇ રીતે કમાશે? અને જો લોકો પૈસા કમાતા નહીં હોય, તો તેઓ કેવી રીતે જીવન ટકાવી રાખવા માટે જરૂરી વસ્તુઓ ખરીદી શકશે? જો તેઓ તેમના અસ્તિત્વ માટે ચીજવસ્તુઓ અને ખોરાક ખરીદી શકતા ન હોય, તો તેઓ હવે દુનિયામાં કેવી રીતે જીવી શકશે જ્યાં આપણે અત્યારે જીવીએ છીએ? દુનિયા માં બધા પ્રકારનાં ક્ષેત્રો અને વિવિધ પ્રકારનાં વ્યવસાયો છે જે એવા લોકો માટે તક આપે છે જેઓ જોખમ(risk) લેતા નથી અને એને લીધે તે લોકો નોકરી મેળવીને તેમના અસ્તિત્વ માટે કમાણી કરી શકે છે. હા, બીઝનેસ જ એક એવી વસ્તુ છે જે દરેક માટે પૈસા કમાવવા માટે ઘણી બધી નોકરી ની તકો ઉભી કરે છે. તે એકમાત્ર વસ્તુ

છે જે દેશની મજબૂતાઈ અને તેના અર્થતંત્રને પણ નક્કી કરે છે. તેથી બીઝનેસ વગર આપણે દુનિયા માં જીવી શકીશું નહીં.

અહીં, બીઝનેસનો અર્થ એટલે એ બધુજ કે જેમાં પૈસા શામેલ છે દા.ત. શિક્ષણ, બેંકિંગ, સેવા પૂરી પાડવી(Service), ઉત્પાદન, વેચાણ વગેરે.

આ પુસ્તકમાં, તમને લગભગ કોઈપણ પ્રકારના બીઝનેસની મૂળભૂત સમજણ મળશે.

તમે કોઈ પણ બીઝનેસ શરૂ કરો તે પહેલાં, મને લાગે છે કે તમારી પાસે વિવિધ પ્રકારના વ્યવસાયોની યોગ્ય અને સરળ સમજ હોવી જોઈએ જે દુનિયામાં અસ્તિત્વ ધરાવે છે અને લોકો વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ (strategy) અને વિવિધ પ્રકારની પદ્ધતિઓ (methods) નો ઉપયોગ કરીને નાણાં કમાવે છે. આ પુસ્તક તે બધી માહતી થી ભરેલું છે અને તે સરળ ભાષા માં લખાયેલું છે જેથી એક બાળક પણ તેનો અર્થ સમજી શકે અને તે ચોક્કસપણે તમારા જીવનમાં ઘણું મદદ કરશે.

વિવિધ પ્રકારની Strategies અને તમારા પોતાના બીઝનેસ ની યોજના (business planning) ના ચોક્કસ દસ્તાવેજો(documents) કેવી રીતે બનાવવાં તે વિશે આ પુસ્તકમાં ઘણું બધું લખેલું છે.

જો તમે તમારો પોતાનો બીઝનેસ શરૂ કરવા માંગો છો, તો તમે ઇન્ટરનેટ પર શોધી શકો છો: "મારી કંપની ની કેવી રીતે નોંધણી કરવી," "બીઝનેસના કયા પ્રકારો છે", "બીઝનેસ કેવી રીતે કરવો", "શું બીઝનેસ

લાભદાયી છે?", વગેરે અને તે બધા ઇન્ટરનેટ પર ગમે ત્યાંથી સરળતાથી મળી શકે છે, તો પછી મને આ પુસ્તક લખવાનું કેમ જરૂરી લાગ્યું?

કારણ: બીઝનેસ એ એક કળા છે અને એ કળાને જાણવા માટે, તમારે આ પુસ્તકમાં બતાવેલ લગભગ બધી પ્રકારની વિવિધ વ્યૂહરચનાઓ ક્યાં અને કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તેની મૂળભૂત સમજ હોવી આવશ્યક છે.

આ પુસ્તક તમને બીઝનેસની કાર્યકારી પ્રક્રિયા (working-process) વિશેની એટલે કે બીઝનેસ ખરેખર કઈ રીતે કામ કરતો હશે એની લગભગ બધી સંભવિત માહિતી આપે છે જેને મેં મારી પોતાની તર્કશક્તિ, કલ્પનાશક્તિ, વિશ્લેષણ(Analysis), વર્તમાન વ્યવસાયો પર વિશ્લેષણ અને બીઝનેસમાં નિષ્ફળતા કેવી રીતે આવે છે એના અભ્યાસ ને આધારે આ બૂક લખી છે કે જેથી કોઈ પણ બીઝનેસ અસફળ નાં થવો જોઈએ એવો મારો હેતુ છે. જો હું લખવા માં ક્યાંક ખોટો હોઉં, તો તમે મને સંપર્ક કરી શકો છો. (વિગતો નીચે છે).

લેખક વિશે

આ પુસ્તક યજ્ઞેશ સુથાર દ્વારા લખાયેલું છે. તેનો શોખ તેની પોતાની કલ્પના અને નિરીક્ષણના આધારે તેણે કોઈ ચોક્કસ વિષય પર લખવું એવો છે.



તે એક યુ-ટ્યુબ ચેનલ ચલાવે છે: યગ્સ3વર્લ્ડ(Yags3 world), જ્યાં તે દૈનિક ફિલોસોફી, કમ્પ્યુટર ટ્રીક્સ, એડિટિંગ સંબંધિત વિડિઓ અને DIY વીડિયોસ અપલોડ કરે છે.

આ ઉપરાંત, તે વેબસાઇટો ચલાવે છે: https://yags333.blogspot.com

જ્યાં તેની દરેક વીડિઓ ની પોસ્ટ્સ લખે છે તથા દૈનિક ફિલોસોફી અને જીવન માટે ઉપયોગી ટીપ્સના આધારે લેખ અપલોડ કરે છે. અને https://yagamazing33.blogspot.com જેમાં તે પોસ્ટ્સ લખે છે. **તેને અભ્યાસ કરવો નથી ગમતો પરંતુ તેને શીખવાનું વધારે પસંદ છે** અને તે પોતાના સુધારણા(improvement) માટે દરરોજ નવી વસ્તુઓ શીખે છે.

આ પુસ્તક તેની કલ્પના અને વિશ્લેષણના આધારે લખાયેલ છે, જે લગભગ તમામ શક્ય બીઝનેસમાં નિષ્ફળતાઓ ના અભ્યાસ પર આધારિત છે.

તે ભારત દેશ ના ગુજરાત રાજ્ય માં અંતિમ વર્ષ બી.ફાર્મ (ફાર્મસી ક્ષેત્ર) માં અભ્યાસ કરી રહ્યો છે.

હકીકત માં, તે એક મોટો બીઝનેસ શરૂ કરવા માંગતો હતો, પરંતુ તેના પિતા **સ્વ-રોજગાર ધરાવતી વ્યવસાયિક વ્યક્તિ** (જાતે કામ કરતો વ્યક્તિ ઉ.દા: સુથાર) હોવા છતાં પણ તે "**બીઝનેસ શું છે અને બીઝનેસ કેવી રીતે કરવો**" તે વિશે તે જાણતો ન હતો. પછી તેને બીઝનેસ વિશે જાણવું હતું અને તેથી તેણે ઇન્ટરનેટ પર શોધ કરવાનું શરૂ કર્યું જ્યાં તેને જાણવાનું કશું ન મળ્યું, અને એમ થવા નું કારણ એ પણ હોઈ શકે છે કે તેને "ઇન્ટરનેટ પર કેવી રીતે શોધ કરવી" તેનું જ્ઞાન નહોતું.

પરંતુ તેણે આશા ગુમાવી નહીં, તેના બદલે, તેને જે ગમતું હતું તે કરવાનું શરૂ કર્યું, એટલે કે લખવાનું, બ્લોગિંગ કરવું, વિડિઓઝ બનાવવી અને YouTube પર અપલોડ કરવું અને ધીમે ધીમે 3.5 વર્ષ પછી, તેણે જાણ્યું કે ધંધો શું છે અને લગભગ તમામ પ્રકારના બીઝનેસ કેવી રીતે કામ કરે છે એ વિશે જાણ્યું. જ્યારે અન્ય બીઝનેસ નિષ્ફળ જાય ત્યારે એક બીઝનેસ કેવી રીતે સફળ થઈ શકે? જ્યારે તેણે આ વિશે જાણ્યું ત્યારે, તેણે વિચાર્યું કે શા માટે આ માહિતી મારા પ્રિય વાચકો અને મારા દેશના લોકો તેમજ આ વસ્તુઓ વિશે જેને ખરેખર જાણવાની જરૂર છે તે લોકો માટે નાં ફેલાવું? આથી તેણે આ બૂક લખવાનું વિચાર્યું.

ખરેખર લોકો નું માનવું છે કે આપણે ગુરુ પાસે થી જ શીખી શકીએ છીએ પણ યજ્ઞેશ નું માનવું છે કે, "એવું બધીજ વખતે જરૂરી નથી, તમે જાતે

પણ ઘણું બધું પ્રેક્ટીસ ની મદદ થી શીખી શકો છો અને તમારા માં શીખવા માટે ની ધગશ અને જૂનુન હોવું જોઈએ બસ."

ઘણા લોકો લેખક ના અભ્યાસ પરથી વિચારશે કે, "એક વિદ્યાર્થી કે જેણે બીઝનેસ શું છે એ ક્યારેય જોયો નથી, જેણે બીઝનેસ નો સ્વાદ ચાખ્યો નથી અને જેણે જિંદગી માં બીઝનેસ કર્યો નથી એ માણસ શું સમજાવી શકે કે બીઝનેસ છે શું અને થાય કેવી રીતે?"

તો આ બાબત પર લેખક નું કેહવું છે કે, "દુનિયા ના મહાન વૈજ્ઞાનિક 'આલ્બર્ટ આઇન્સ્ટાઇન' કે જેમણે ફક્ત મગજ નો ઉપયોગ કરી ને એક ભૌતિક વિજ્ઞાન ની થીયરી આપી હતી અને એને સાચી સાબિત કરી હતી બીજા વૈજ્ઞાનિકો એ અને તે પણ ઘણા બધા પ્રયોગો કરી ને. તો કહેવાનો અર્થ એટલોજ છે કે કોઈ પણ માણસ બીઝનેસ કાર્ય વગર પણ બીઝનેસ વિશે સમજી શકે છે અને જાણી શકે છે."

@નોંધ:

સંપર્ક:

E-mail: yagneshsuthar861998@gmail.com

Online sources of Author:

YouTube: Yags3world

(https://www.youtube.com/c/yags3world)

Website: Yags3world

(https://yags3world.wordpress.com)

Website: Yags3world

(https://yags333.blogspot.com)

Blog: Yagamazing

(https://yagamazing33.blogspot.com)

Instagram: Yagnesh333

(https://www.instagram.com/yagnesh333)

Website for use: Converter

(https://roughtotry.blogspot.com)

નોંધ: ઉપર જણાવેલ દરેક વેબસાઈટ ની લીંક ના QR કોડ આ બૂક ના સૌથી છેલ્લા પેજ પર આપેલા છે જે તમે જોઈ શકો છે અને એને સ્કેન કરી ને સરળતાથી દરેક વેબસાઈટ ને વિઝીટ કરી શકો છો.

અનુક્રમણિકા:

સૌથી પહેલા મહત્વપૂર્ણ પ્રશ્ન થી પુસ્તક વાંચવાનું શરૂ કરીએ:

પ્ર. યોગ્ય **બીઝનેસ યોજના**(Business-Plan) કેવી રીતે બનાવવી?

જવાબ: બીઝનેસ યોજના બનાવવા માટે જરૂરી વસ્તુઓ આ છે:

સૌ પ્રથમ, એક Idea વિશે વિચારો,

- હવે તમે તે આઈડિયા ને સાચો બનાવી શકો તે માટે નો સ્રોત શોધવા નો પ્રયત્ન કરો,
- તમારા ઉત્પાદન (product) ના ફાયદા અને ગેરફાયદા લખો,
- તમે તમારુ ઉત્પાદન (product) કેવી રીતે બનાવશો?
- તમે તમારા ઉત્પાદનને (product) તમારા ગ્રાહક સુધી કેવી રીતે મોકલશો?
- તમારી કંપની માટે તમારે કેટલા કર્મચારીઓની જરૂર પડશે?
- તમારા બીઝનેસ માંથી માર્જિન અને ચોખ્ખો નફો લખો.
- તમારા ઉત્પાદનની પ્રક્રિયા અને ઉત્પાદન દરમિયાન વપરાતી જરૂરી વસ્તુની સૂચિ (લીસ્ટ) બનાવો
- બજેટ, ખર્ચ, સમય, પરિવહન.., બધું તમારી બીઝનેસ પ્લાન માં શામેલ હોવું જોઈએ.

ઉપર જે કહી એ બધી મૂળભૂત આવશ્યકતાઓ છે જે તમારી બીઝનેસ યોજના બનાવી શકે છે અને આપણે તે બધાને વિગતવાર જોઈશું. તો ચાલો વાંચવાનું શરુ કરીએ..,

1 બીઝનેસ શું છે?

બીઝનેસ એ એક કળા છે જે દરેકને નથી મળી હોતી. બીઝનેસનો અર્થ એ છે કે તમેં તમારા મનના વિચાર ને જીવનમાં એક વાસ્તવિક વસ્તુ બનાવો છો. દરેક બીઝનેસને સમાન રીતે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવતું નથી કારણ કે દુનિયામાં વિવિધ પ્રકારનાં બીઝનેસ ઉપલબ્ધ છે. ઉદાહરણ તરીકે, રીટેલર, સહાયતા(Assistance service), વેબસાઇટના માલિક, YouTuber, Gamer, ડિજિટલ તકનીક ના માસ્ટર, જથ્થાબંધ વેપારી, દલાલ, સ્વ-રોજગારી બીઝનેસ (કારપેન્ટર, પ્લમ્બર... વગેરે), કંપનીના માલિક, ફેક્ટરી માલિક, ઉદ્યોગના માલિક, દુકાનદાર વગેરેમાં સામેલ વ્યક્તિ.

પરંતુ કહેવાની સરળ રીતમાં, આપણે કહી શકીએ છીએ કે,

“બીઝનેસ એક પ્રકારની પ્રક્રિયા/કાર્ય છે જેમાં ગ્રાહકની જરૂરિયાત ઉત્પાદક(Manufacturer), જથ્થાબંધ વેપારી(wholesaler) અને છૂટક વેપારી(Retailer) જેવા વિવિધ લોકો દ્વારા સંતોષાય છે.”

વ્યાપાર ક્યારેય સ્થિર રહેતો નથી, તે દર વખતે બદલાતો રહે છે અને **ફક્ત એજ ધંધામાં વધારો થાય છે જેમાં નવીનતા આવે છે** અથવા **જે ધંધો લોકોની પ્રાથમિક આવશ્યકતા છે.**

"વ્યાપાર કરવા ઇન્વેસ્ટમેન્ટ જરૂરી છે" આ ડિજિટલ યુગમાં તદ્દન ખોટુ વાક્ય છે, કારણ કે કોઈ પણ વ્યક્તિ આજ ના જમાના માં સરળ રીતે

બ્લોગિંગ સાઇટ અને YouTube ચેનલ અથવા તેના જેવા અન્ય કોઈપણ માધ્યમો ખોલીને તેનું બીઝનેસ પ્રારંભ કરી શકે છે.

એક સરળ બ્લોગિંગ સાઇટ શરૂ કરીને, તમે ઑનલાઇન પૈસા કમાઈ શકો છો અને જો તમને કોઈ ઉત્પાદન કેવી રીતે વેચવું તે વિશેની સારી જાણકારી હોય, તો તમે મોટી કંપનીઓ સાથે **સંલગ્ન માર્કેટિંગ** (Affiliate marketing) વ્યક્તિ તરીકે કામ કરી શકો છો.

બીઝનેસ એ એક અગત્યનું પરિબળ છે જે વિશ્વના કોઈપણ દેશોની નાણાકીય સંતુલન અને નાણાકીય શક્તિ માટે જવાબદાર છે.

સરળ શબ્દોમાં જો હું બીઝનેસને વ્યાખ્યાયિત કરું તો, **વેપાર એ અન્યની મજબુરી નો ફાયદો છે**. આ વાક્યને ખોટી રીતે ન લો કારણ કે હમણાં તમે જે વિચારો છો તેવો મારો અર્થ નથી.

ઉપરોક્ત શબ્દો બોલીને, મારો અર્થ એ છે કે બીઝનેસ એ અંતર(gap) વચ્ચે અસ્તિત્વમાં છે એટલે કે, "**જ્યાં એક વ્યક્તિ એવી વસ્તુની શોધમાં હોય છે જે તે મેળવવા માંગે છે (દા.ત.: X) અને અન્ય વ્યક્તિ તે વસ્તુ (દા.ત.: X) પૂરી પાડવાની શોધમાં છે જે પહેલાનો વ્યક્તિ મેળવવા માંગે છે.**" તો મને આશા છે કે હવે તમારી બીઝનેસની વ્યાખ્યા સ્પષ્ટ થઇ હશે. અને મેં ઉપર જણાવ્યું છે તેમ, બીઝનેસ ફક્ત ઉત્પાદનો પ્રદાન કરવા એવું નથી, પરંતુ તે સેવા/સહાય પૂરી પાડવી એ પણ એક બીઝનેસ છે.

આજની પેઢીમાં, ઇન્ટરનેટનો બીઝનેસ તરીકે નો વ્યાપ ઘણો છે અને આ 21 મી સદીમાં, જો તમારી પાસે કમ્પ્યુટર નું મૂળભૂત જ્ઞાન નથી, તો તમારે આ જ્ઞાન મેળવવું જોઈએ કારણ કે કમ્પ્યુટર ની તાકાત internet ને કારણે ઘણી વધારે છે. કારણ કે વિશ્વના ધનિક લોકો કમ્પ્યુટર્સ અને તેના ઉપયોગ વિશે જાણે છે/જાણતા હતા.



બીઝનેસ શું છે?

--> બીઝનેસ એક પ્રકારની પ્રક્રિયા/કાર્ય છે જેમાં ગ્રાહકની જરૂરિયાત ઉત્પાદક (Manufacturer), જથ્થાબંધ વેપારી (wholesaler) અને છૂટક વેપારી (Retailer) જેવા વિવિધ લોકો દ્વારા સંતોષાય છે.

2 શા માટે વ્યાપાર મહત્વપૂર્ણ છે?

વિશ્વનું અર્થતંત્ર મોટાભાગે બીઝનેસ પર જ આધાર રાખે છે એટલે કે તેના ટર્નઓવર અને જે તે દેશ માં તેમના યોગદાન અને તેમના મની(રૂપિયા) પાવરના આધારે મોટા મોટા દેશ માટેના નિર્ણય લેવામાં આવે છે.., જો કોઈ કહે કે "આ વાત ખોટી છે", તો હું તેમને જણાવું, કૃપા કરીને વિશ્વમાં હાજર તમામ વ્યવસાયોનું વિશ્લેષણ કરો અને પછી બોલો.

બીઝનેસ ફક્ત એટલા માટે મહત્વપૂર્ણ છે કારણ કે તે દેશની અર્થવ્યવસ્થા અને વિકાસની એકંદર વૃદ્ધિને બદલી શકે છે. એટલે સીધી ભાષા માં, દેશ ની પ્રગતિ કરે છે.

જો કોઈની પાસે કોઈ વિચાર હોય અને તે વાસ્તવિક બનાવે છે, તો તે અન્ય લોકો માટે કમાણીનો સ્રોત બની શકે છે, તેથી લોકો વધુ નોકરીની તક મેળવી શકે છે, જે બદલામાં દેશની નાણાંની શક્તિમાં વધારો કરે છે અને આખરે દેશને મજબૂત બનાવે છે.

તેથી દેશના વિકાસમાં, શિક્ષણની અથવા તેનાથી પણ વધુ મુખ્ય ભૂમિકા ધંધા(બીઝનેસ) ની છે.

બીઝનેસ પોતે નવો બીઝનેસ શરૂ કરવાની બીજી તક ખોલે છે અને તેથી મોટાભાગના બુદ્ધિશાળી લોકો નોકરીની જગ્યાએ બીઝનેસ પસંદ કરે છે. કારણ કે તેઓ તે હકીકત જાણે છે: જો દેશમાં વધુ બીઝનેસના સ્ત્રોતો હોય,

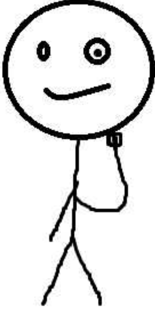
તો તેનું એકંદર વિકાસ ફક્ત એટલું જ નહીં, પરંતુ વધુ સંખ્યામાં લોકો નોકરી મેળવી શકે છે તેથી દેશમાં કોઈ બેરોજગાર નહી રહે અને દરેક જણ તેમના જીવન સુખી થી જીવી શકશે.

તાજેતરનું ઉદાહરણ મારી દ્રષ્ટી એ "સ્ટેચ્યુ ઑફ યુનિટી" નું છે જે ભારતમાં બનાવવામાં આવેલુ છે, અન્ય દેશોના લોકોએ વિચાર્યું હશે કે ભારતે મોટા પ્રમાણમાં નાણાંનું રોકાણ તેમાં કર્યું છે અને ભારતે જરૂરિયાતવાળા ખેડૂતો માટે તેમના નાણાંનો ઉપયોગ કેમ કર્યો નથી?.., પણ હકીકત માં, "સ્ટેચ્યુ ઓફ યુનિટી" માં પૈસા રોકાણ દ્વારા નોકરી શોધનારાઓ માટે અને તેમના પોતાના નાના પાયે બીઝનેસ ધરાવતા લોકો માટે ઘણી તકો ઉભી થઈ છે.

જસ્ટ વિચારો, તે હવે વિશ્વની સૌથી મોટી મૂર્તિ છે અને તેથી લોકો આખા વિશ્વમાંથી આની મુલાકાત લેવા માટે અહીં આવશે.., તેથી, તેનો અર્થ એ છે કે ત્યાં ઘણા લોકો હશે, સાચું ને?.., અને તેથી, નાના પાયે બીઝનેસ ત્યાં શરૂ કરી શકાય છે કે જે તે લોકો માટે કમાવવા ની એક મોટી તક છે.

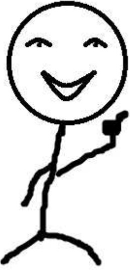
ક્યારેય ફક્ત એકજ દિશા માં ના વિચારવું જોઈએ.., તમારે તમારા મગજ નો ઉપયોગ બધીજ બાજુ એ કરવો જોઈએ જો તમે એક મોટા ઉદ્યોગપતિ બનવા માંગતા હોય તો. બીઝનેસ શરૂ કરવા માટે એના સંબંધિત લગભગ બધીજ વસ્તુઓ ને સમજી લેવાની જરૂર છે, કારણ કે જો તે સફળ થશે, તો તે વિશ્વની અર્થવ્યવસ્થાને બદલી શકે છે. નોકરીઓ માત્ર બીઝનેસને લીધે જ છે, ફક્ત એકવાર તેના પર વિચાર કરો. MNC (મોટી) કંપનીઓ લોકો ને નોકરી આપે છે અને તેથી જો બીઝનેસ નહીં હોય તો દુનિયામાં કોઈ

નોકરી નહીં હોય.., અને તેથી જ બીઝનેસ દુનિયા માં એક મહત્વપૂર્ણ વસ્તુ છે.



વ્યાપાર કેમ મહત્વ નો છે?

--> તે નોકરી ની તકો ઉભી કરે છે અને તમને હોશિયાર બનાવે છે.



વ્યાપાર કેમ મહત્વ નો છે?

કમ્પ્યુટર અને internet ની મદદ થી તમે તમારા બીઝનેસ ને ધારો એટલો વિકાસ કરી શકો છો. અને, તમે ટૂંક સમય માં જ અમીર બની શકો છો.

3 નોકરી કરતાં બીઝનેસ કેમ સારો છે?

બીઝનેસ તમારી સામે બધા રસ્તાઓ ખોલે છે જ્યારે નોકરી ફક્ત એક જ રીતે ચાલે છે.

બીઝનેસમાં, બધું તમારા પર આધારિત છે અને તમારી પાસે તમારા બીઝનેસની જવાબદારી છે અને તેથી, જો તમે સખત મહેનત કરશો, તો તમે વધુ પૈસા મેળવી શકશો અને જો તમે તમારા બીઝનેસને વધારવા માટે વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ (Marketing Strategies) લાગુ કરશો, તો તમે વધુ કમાણી કરશો.

બીઝનેસ માં તમે વિવિધ પ્રકારના લોકોને મળો અને તેથી, તમે નામ અને ખ્યાતિ પ્રાપ્ત કરવા સાથે સાથે મોટા લોકો સાથે સારા સંબંધો બનાવી શકો છો.

તમે તમારી બધી કુશળતા(Skills) ને સુધારી શકો છો અને તમે રોજિંદા જીવનમાં કંઈક નવું શીખી શકો છો.

તમારી પ્રેઝન્ટેશન કરવાની આવડત સુધારી શકાય છે, તમારો સ્ટેજ ડર (stage fear) દૂર કરી શકાય છે, અને તમે એક સારા વ્યક્તિત્વ ધરાવતા વ્યક્તિ બની શકો છો. વ્યવસાયિક જીવનમાં કંઇક કરવા માટે તમારે કોઈની પરવાનગીની જરૂર નથી કારણ કે તમે તમારા પોતાના બોસ હશો.

નોકરી ગુમાવવાની તમારે ચિંતા કરવાની જરૂર નથી કારણ કે તમે વ્યવસાયિક માણસ છો.

વ્યવસાયી વ્યક્તિ તે વ્યક્તિ છે જે દેશના અર્થતંત્રના વિકાસ માટે પરોક્ષ રીતે જવાબદાર છે.

મારા દૃષ્ટિકોણ મુજબ, હું તમને એક વ્યવસાયી બનવા સૂચવી શકું છું કારણ કે બીઝનેસ તમને જે જોઈએ તે લાવી શકે છે પરંતુ નોકરી થી આ વસ્તુ ના થઇ શકે અને કદાચ મને વિશ્વાસ છે કે નોકરી કરતા ભાઈઓ આ વાંચી ને દુખી થશે પણ તેમણે દુખી થવાની જરૂર નથી આપણે માણસ છીએ અને માણસ ને ઉપરવાળા એ મગજ આપ્યું છે જેનો ઉપયોગ કરી ને એ ચાંદ સુધી પણ પહોચી ગયો છે તો આપણે તો ફક્ત એક બીઝનેસ જ કરવાનો છે તો શું એ પણ ના કરી શકીએ?

હવે જોઈએ: **બીઝનેસના ગેરફાયદા શું થઈ શકે?**

તમે હંમેશા તમારા બીઝનેસને ચલાવવા માટે વિવિધ પ્રકારના માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ(Strategies) ની શોધમાં રહેશો કારણ કે આ વિશ્વમાં ઘણા વેપારીઓ છે અને જો તમે પ્રથમ બનવા માંગતા હો, તો તમારે તમારી પોતાની પદ્ધતિઓ અને વ્યૂહરચનાઓ કંઇક અલગ અને એવી હોવી જોઈએ કે જેથી લોકો તમારા થી આકર્ષિત થાય. જો તમે બીઝનેસમાં આળસુ હશો, તો તમને તમારા બીઝનેસ જીવનમાં નિષ્ફળતા મળી શકે છે અને તે મોટાભાગના બીઝનેસના નિષ્ફળ કિસ્સાઓમાં મેં જોયું છે.

હકીકતમાં, મોટાભાગના નિષ્ફળતા પામેલા વેપારીઓ બજારની જરૂરિયાત અને લોકોને શું જોઈએ છે તે સમજી શકતા નથી. અને એક વાત વધુ, **તમારા ગ્રાહકો તમને ક્યારેય નહિ કહે કે તેમને શું જોઈએ છે પણ એ તમારી જવાબદારી રહેશે એ શોધવાની કે તેમને શું જોઈએ છે.**

ના, હું તમને ખોટી વસ્તુ નથી કહી રહ્યો કારણ કે ઉપરોક્ત શબ્દો મારા નથી.., તે શબ્દો **હેનરી ફોર્ડ** (ફોર્ડ કંપની બનાવનાર) દ્વારા બોલાયેલા છે. તેમણે કહ્યું હતું કે, "**જો મેં લોકોને પૂછ્યું હોત કે તેઓ શું ઇચ્છે છે, તો તેમણે ઝડપી ઘોડાઓ કહ્યું હોત**". હું આશા રાખું છું કે તમે સમજી ગયા હશો કે હું આ વાક્ય દ્વારા શું કહેવા માંગું છું.

હું અન્ય દેશો વિશે જાણતો નથી પરંતુ ભારતમાં, લોકો તેમના કામ અને વ્યવસાયિક જીવન વિશે ખૂબ આળસુ છે, અને તેથી જ તેઓ **બિલ ગેટ્સ** અને **જેફ બેઝોસ** જેવા સમૃદ્ધ નથી.

ધનાઢ્ય લોકો હંમેશાં સખત મહેનત કરે છે અને તેઓ તેમના કિંમતી સમયને બગાડવા નું ક્યારેય ઇચ્છતા નથી. મુકેશભાઇ અંબાણીનું ઉદાહરણ છે, તેમની પાસે પહેલાથી જ ખૂબ જ પૈસા છે અને તેમને કામ કરવાની જરૂર નથી, પરંતુ તેઓ કામ કરે છે અને આની પાછળનું કારણ છે: **તેઓ જાણે છે કે જીવનની આવશ્યકતા શું છે અને બીઝનેસ શું કરી શકે છે.**

દરેકને દિવસમાં 24 કલાક મળે છે પરંતુ હજી પણ, સામાન્ય માણસ હંમેશાં સામાન્ય રહે છે અને ધનિક વ્યક્તિ હંમેશા સમૃદ્ધ બને છે, શા માટે? કારણ

કે, તેઓ સમય અને પૈસાના મૂલ્યને જાણે છે અને મેં તેવા લોકોને વ્યક્તિગત રીતે જોયા છે.

જો તમને સ્ટેજ ડર (Stage fear), કોમ્યુનિકેશન ડર (Communication fear) અને પ્રેઝન્ટેશન ડર (Presentation fear) છે, તો તમારે આ બધી વસ્તુઓ ને મહાન ઉદ્યોગપતિ બનવા માટે સુધારવું પડશે કારણ કે આવા લોકો આત્મવિશ્વાસ ગુમાવે છે અને તેઓ નિરાશ થઈ જાય છે અને આખરે, તેઓએ તેમના બીઝનેસ તેમજ જીવન છોડી દેવા પડે છે. અને તેવા લોકો નિષ્ફળતા પામેલા લોકો નું ઉદાહરણ બને છે.

તમારે દરેક સમયે, દરેક અનુભવમાંથી શીખવું પડશે અને તમારે જે જોઈએ છે તે મેળવવા માટે તમારે તમારા મગજનો 100% સુધી ઉપયોગ કરવો પડશે.



તમારા ગ્રાહકો તમને ક્યારેય નહિ કહે કે તેમને શું જોઈએ છે પણ એ તમારી જવાબદારી રહેશે એ શોધવાની કે તેમને શું જોઈએ છે.

4 બીઝનેસના પ્રકાર

વિશ્વમાં ઘણા પ્રકારના વ્યવસાયો છે અને લોકો તેમની જરૂરિયાત, માનસિકતા અને વર્તમાન સ્થિતિ અનુસાર પસંદ કરી રહ્યા છે.

પ્રકારો:

છૂટક બીઝનેસ

- જે લોકો તેમની દુકાનના માલિક છે તેઓને દુકાનદાર કહેવામાં આવે છે અને તે લોકો રિટેલ બીઝનેસ ચલાવે છે.
- રિટેલ બીઝનેસ ખરેખર શું છે: રિટેલર્સ જથ્થાબંધ ઉત્પાદકો પાસેથી ઉત્પાદનો ખરીદે છે અને કેટલાક કમિશન ઉમેરીને, તે ઉત્પાદનોને ગ્રાહકોને વેચી દે છે.
- આ કમિશનમાં ઉત્પાદનની કિંમત, પરિવહન ખર્ચ, જીએસટી, માર્જિન અને કર્મચારી પરના તેમના ખર્ચનો સરેરાશ ખર્ચ સમાવેશ થાય છે.
- મોટાભાગના ધંધાકીય માલિકો આ પ્રકારના બીઝનેસને પસંદ કરી રહ્યા છે કારણ કે તે ખૂબ જ સરળ છે અને તેમાં જોખમ પણ ખુબજ ઓછું છે. અને છતાં પણ આ લોકો, જે લોકો કંપનીમાં કામ કરતા કામદાર છે એમના કરતા વધુ કમાણી કરે છે.

- હકીકતમાં, ઉપર જણાવ્યા મુજબ આ બીઝનેસ ઓછો જોખમ સાથે કમાવવાનો ખૂબ સારો સ્રોત છે અને તે ગ્રાહક અને દુકાનદાર વચ્ચે સારો સંબંધ બનાવી શકે છે.
- ઉત્પાદક (Manufacturer) ને બજારની જરૂરિયાતો સમજવામાં મદદ કરી શકે છે કારણ કે રિટેલર્સ તેમના કાયમી ગ્રાહકો સાથે સંપર્કમાં હોય છે.

જથ્થાબંધ (Wholesaler) વેપારી

- જથ્થાબંધ નો વેપાર કરનાર વ્યક્તિ (Wholesaler) કંપની અને રિટેલરો વચ્ચે મધ્યસ્થી છે.
- જથ્થાબંધ ધંધાનો બીઝનેસ કરનારા વ્યક્તિને જથ્થાબંધ વેપારી તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
- જથ્થાબંધ નો વેપાર કરતો વ્યક્તિ કંપની પાસે થી વસ્તુઓ ને જથાબંધ ખરીદી લે છે જેથી વસ્તુ ની કિમંત ઘણી ઓછી હોય છે અને પછી એ વ્યક્તિ રિટેલર્સ ને થોડુક કમીશન ઉમેરી ને બધીજ વસ્તુઓ વેચી દે છે.
- તેના કમિશનમાં પરિવહન ખર્ચ અને તેના માર્જિનનો સમાવેશ થાય છે.

- Wholesaler પોતે બધો સામાન ખરીદી ને એની પાસેજ રાખે છે અને જ્યારે દુકાનદાર ને સામાન ની જરૂર પડે ત્યારે દુકાનદાર wholesaler નો સંપર્ક કરી ને વસ્તુઓ મંગાવી લે છે.
- તે રિટેલરો અને કંપની સાથે સંપર્ક રાખે છે કારણ કે તેના જીવનમાં તેના માટે બંને મહત્વપૂર્ણ છે.
- રિટેલર્સ wholesaler ને માર્કેટ માં શું થઇ રહ્યું છે અને કયી product ની જરૂર છે એનો ખ્યાલ આપે છે અને એ માહિતી wholesaler કંપની ને આપે છે જેથી કંપની ને ખબર પડે કે કયી વસ્તુઓ નું વધારે ઉત્પાદન કરવું અને એના કારણે wholesaler ને વધારે ઓર્ડર મળે.

મધ્યસ્થી (Middleman)

- અહી Middleman નામ પરથી જ તેની ભૂમિકા વિશે ખબર પડે છે.
- તે વ્યક્તિ **ઉત્પાદક અને ગ્રાહક**, અથવા **બિલ્ડરથી ખરીદદાર** અથવા **ખરીદનાર અને માલિક** વચ્ચે કાર્ય કરે છે.
- કેટલીકવાર તેને wholesaler કહેવામાં આવે છે પરંતુ હંમેશાં નહીં.
- જ્યારે બિલ્ડરો (મકાન અને ફ્લેટ્સ વગેરે બનાવનાર) ને ગ્રાહકો નથી મળતા, ત્યારે તેઓ આવા વ્યક્તિ (મધ્યસ્થી) નો સંપર્ક કરે છે, અને મધ્યસ્થી ગ્રાહકને લાવે છે અને અન્યની (બિલ્ડરની) સંપત્તિ તેમની પાસે વેચે છે.

- જયારે કોઈ પણ ગ્રાહક મધ્યસ્થી પાસે થી તેમની મિલકત ખરીદે ત્યારે ગ્રાહકો પાસેથી તેને કમિશન મળશે.
- મધ્યસ્થી ગ્રાહકો નું વાતો થી ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે અને ગ્રાહકોના વિશ્વાસને જીતી લે છે અને તે પોતાના કમિશનને ઉમેરીને અન્યના ઉત્પાદન અથવા મિલકતને વેચે છે.
- તેના કમિશનમાં જાહેરાતો વગેરે દ્વારા ગ્રાહકોને શોધવામાં લાગતો ખર્ચનો સમાવેશ થાય છે અને ગ્રાહકો પાછળ સમય વીતાવવાનો ખર્ચ તથા પોતાનું માર્જિન (મહેનત માટે) શામેલ છે.
- મધ્યસ્થી ને તે વ્યક્તિ પણ કહેવામાં આવે છે જે MLM બીઝનેસમાં સંકળાયેલું છે, એટલે કે નેટવર્ક માર્કેટીંગ કે જેમાં તેણે માત્ર તેની કંપનીના ઉત્પાદનને ગ્રાહકને વેચવું પડે છે અને તે તેના જેવા વધુ સભ્યો બનાવે છે પરંતુ અહીં આપણે તેના પર વિચારણા કરી રહ્યા નથી, તેના બદલે આપણે અહી એક મધ્યસ્થી ની જ વાત કરીએ છીએ કારણ કે તે સીધી કંપનીના ઉત્પાદનને ગ્રાહકને વેચે છે.

કંપની

- કંપની એક સિદ્ધાંત પર બનાવવામાં આવે છે અને તેના મિશન અને વિઝન ના આધારે ચાલે છે.
- કંપનીનો મુખ્ય હેતુ હંમેશા વધુ ગ્રાહકો અને તેમના પ્રત્યેનો વિશ્વાસ મેળવવાનો છે.

- અને તે માટે, તેઓ અભિનેતાઓ વગેરે દ્વારા જાહેરાતો જેવા વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચના(Strategies) ઓ વાપરે છે.
- કંપનીના માલિક પાસે એક આઈડિયા હોય છે અને તેને આધારે તે મેનેજર, એકાઉન્ટન્ટ, રોકાણકાર, ફોરમેન, ડિઝાઇનર વગેરે જેવા સભ્યોની એક મોટી ટીમ બનાવે છે અને પછી તે કર્મચારીઓને તેના આઈડિયાને હકીકત માં બનાવવા માટે નોકરીએ રાખે છે.
- તેઓ યોગ્ય અને સત્તાવાર કાનૂની દસ્તાવેજો અને લાયસન્સ મેળવે છે જેથી તેઓ તેમના બીઝનેસને કાનૂની ધારાઓ ને આધીન ચલાવી શકે.
- કંપનીના માલિક હંમેશા નવી અને વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ(Strategies) અને તેની કંપની તેમજ તેના ઉત્પાદનોના સુધારણા માટે નવી વસ્તુઓ શીખવામાં વ્યસ્ત રહે છે.
- કંપની વાળા એટલે તેઓ ઉત્પાદન કરે એ, સેવા પ્રદાતાઓ(Service providers), સહાય પ્રદાતાઓ(Assistance Provider) વગેરે.
- તેઓ હંમેશાં તેમના બીઝનેસને ઘણાં માર્ગે વધારવા વિશે વિચારે છે.

ફેક્ટરી

- ફેક્ટરીઓ તેમની નીતિશાસ્ત્રના આધારે કામ કરે છે.

- તેઓ સતત ઉત્પાદનોનું ઉત્પાદન કરે છે અને જથ્થાબંધ અથવા છૂટક વેચાણકર્તાઓને વેચે છે.
- ફેક્ટરી અને કંપની વચ્ચેનો તફાવત એક જ છે કે કંપની નિર્માતા(Manufacturer) હોઈ શકે છે પરંતુ તે હંમેશાં એક પ્રદાતા(provider) છે જ્યારે ફેક્ટરી હંમેશાં ઉત્પાદનોના ઉત્પાદક(Manufacturer) હોય છે.
- ફેક્ટરી નો માલિક રોજિંદા જીવનમાં વપરાતી આવશ્યક વસ્તુઓ નું ઉત્પાદન કરે છે અને તે ઉત્પાદન કરી ને જથ્થાબંધ અથવા છૂટક વેચાણકર્તાઓને તેનું ઉત્પાદન વેચે છે.
- કેટલીક ફેક્ટરીઓ મોસમી અથવા અમુક પ્રકાર ના ઉત્પાદનોનું ઉત્પાદન કરે છે કે જે તહેવારો માં અથવા મોટી અને ખાસ ઇવેન્ટ્સમાં વપરાય છે.

સહાયક(Assistant)

- બીઝનેસમાં બીઝનેસ કેવી રીતે કરવો એના વિશે માર્ગદર્શન કરનાર ની જરૂર છે.
- સહાયક પ્રદાતા એટલે કે સહાયક, તેના અનુભવ/જ્ઞાન અથવા કલ્પના અને ઉચ્ચ દ્રષ્ટિકોણને આધારે, તેમના બીઝનેસને વધારીને કંપનીના માલિકની મદદ કરે છે.

- આવા લોકોને ઉદ્યોગ સાહસિકો કહેવામાં આવે છે કે તેમની પાસે તેમની પોતાની કંપની નથી પરંતુ તેઓ ખૂબ બુદ્ધિશાળી છે અને તેઓ કંપનીના માલિકને આવી સહાય પૂરી પાડે છે અને ખૂબ જ નાણાં કમાય છે.
- કેટલાક સહાયક પાસે તેમનો પોતાનો સાઈડ બીઝનેસ(Side Business) પણ હોય છે પરંતુ તેઓ માત્ર તેમના ગ્રાહકોને (કંપનીના માલિકો ને) સહાય આપવા નું પસંદ કરે છે.
- શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ ડૉ. વિવેક બિન્દ્રા છે, તે મારી દ્રષ્ટિ એ એક મોટી વ્યક્તિ છે, અને તે વ્યવસાયી અને કંપનીના માલિકોને "ધંધો કેવી રીતે કરવો" શીખવવાનો પોતાનો બીઝનેસ ધરાવે છે.
- તે વ્યક્તિ મોટા લોકો અને મોટા કંપનીના માલિકો સાથે સંપર્કમાં છે, તે અન્યોની નિષ્ફળતાનું વિશ્લેષણ કરીને કારણ જાણે છે અને તે લોકો ની નિષ્ફળતા ને કેવી રીતે સુધારી શકાય એના પર વિચારી ને પોતાની કલ્પના અને અનુભવના તેમના જ્ઞાનને આધારે વિવિધ પ્રકારના ફોર્મ્યુલા બનાવે છે અને ઉદ્યોગપતિઓ ને તે ઉપયોગી બને છે.
- તે જ્ઞાન ફેલાવે છે અને લોકોને “કેવી રીતે વિકાસ કરવો” તેના વિશે જાગૃત કરે છે અને તે વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ (Strategies) શીખવે છે કે જે લોકોને તેમના બીઝનેસને વિકસાવવા માટે મદદ કરી શકે છે.

- હકીકતમાં, તે પોતાના ગ્રાહકને કાયમી બાંધવા માટે આકર્ષક વ્યૂહરચનાઓનો ઉપયોગ કરે છે.., કારણ કે, તે ખૂબ જ સારી રીતે જાણે છે કે, "જો કોઈ વ્યવસાયીને તેમના જીવનમાં સફળ થવું હશે તો તે ચોક્કસપણે મને(ડૉ. વિવેક બિન્દ્રા) ને મળશે" અને તેથી, તેમના ગ્રાહકો દિવસે દિવસે વધી રહ્યો છે અને તે પહેલાં કરતાં વધુ કમાણી કરી રહ્યા છે.

સેવા આપનાર (service provider)

- સેવા પ્રદાતાઓ મુખ્યત્વે કંપનીઓ, ખાનગી સંસ્થાઓ અથવા લોકોના નાના સમુદાય છે.
- ઉદાહરણ તરીકે, ગૂગલ એક કંપની છે પરંતુ તે વિશ્વ ના કંઈપણ ખૂણા માંથી કોઈપણ વસ્તુ ની માહિતી શોધવાની સેવા પૂરી પાડે છે.
- ઉબર(UBER) એવી કંપની છે જે ફક્ત એક જ કૉલ અથવા ઑર્ડર દ્વારા ટેક્સીની સેવા પ્રદાન કરે છે.
- Just Dial એ એવી કંપની છે જે એક જ કોલ પર સેવા પ્રદાન કરે છે અને તેનું નામ "Just Dial" પણ એજ સૂચવે છે. તમારી જરૂરિયાત ગમે તે હોય, તમે તેને ફક્ત એક કૉલ દ્વારા મેળવી શકો છો.

- તેથી, તેઓ લોકોને સેવાઓ પ્રદાન કરે છે અને તે સેવા પૂરી પાડવાના પૈસા કમાય છે.
- સેવા પ્રદાતાઓ બીજું કોઈ નહિ પણ એ લોકો છે જે Gaps શોધે છે.
- જેમ કે Google એ શોધી કાઢ્યું છે કે જો કોઈ પાસે કોઈ સ્માર્ટફોન અને Google map ઇન્સ્ટોલ કરેલું હોય, તો તેને કોઈપણ જગ્યાએ જવા માટે લોકો ને પૂછવાની જરૂર નથી.., તેથી, તે એવી સેવા છે જે લોકોને પૂછ્યા વિના ગમે ત્યાં જવા માટે મદદ કરી શકે છે.
- ઉબર(UBER) પણ તેજ વસ્તુ કરી રહી છે, તેના માલિકે વિચાર્યું છે કે જો આપણે ગમે ત્યાં કોઈ ટેક્સી મેળવી શકીએ અને કોઈ પણ સમયે અને તે પણ ફક્ત એક જ કૉલ અથવા ઓર્ડર પર તો મુસાફરી કરવું કેટલું સારું અને સરળ રહે? આથી તેઓએ ઉબર ની સ્થાપના કરી.
- આ રીતે તેમને ઉદ્યમીઓ પણ કહેવામાં આવે છે કારણ કે એ લોકો તેમની કંપનીમાં કામ કરવા માટે બીજા ને તક આપે છે.

રોકાણકાર

- એક ઉદ્યોગપતિ મોટા ભાગે એક રોકાણકાર હોય છે.
- ઉદાહરણ: એલોન મસ્ક, બિલ ગેટ્સ, મુકેશ અંબાણી, રતન ટાટા.., વગેરે

- તે લોકો સ્ટાર્ટઅપ બીઝનેસમાં રોકાણ કરે છે અને જ્યારે સ્ટાર્ટઅપ બીઝનેસ સફળ થાય છે, ત્યારે તે બીઝનેસમાંથી તેનો નફો કમાય છે.
- તેઓ એક લાંબી દ્રષ્ટિ ધરાવતા હોય છે અને તેઓ જાણે છે કે કઈ રીતે બીઝનેસ વધશે અને તે કેવી રીતે સુધારી શકાય છે.
- એક રોકાણકાર જો તે બીજી કંપની ચલાવી શકતો નથી, તો તે કોઈની કંપનીમાં તેમને ટેકો આપવા માટે રોકાણ કરી શકે છે અને જ્યારે તે કંપની બજારમાં સારી રીતે જાણીતી બને છે અને ખૂબ પૈસા કમાય છે, ત્યારે તે સાહસિકો (રોકાણકારો) તેમના પૈસા પાછા મેળવી શકે છે તેમના પોતાના નફા સાથે.
- રોકાણકારો મોટાભાગે એવા લોકો હોય છે જેઓ વિચારે છે કે તેઓ બહુવિધ (Multiple) વ્યવસાયો ચલાવતા હોવા જોઈએ પરંતુ આવી પ્રવૃત્તિ કરવા માટે પુરતો સમય ન મળી શકે અને તેથી, તેઓ પૈસા કમાવવા તેમજ સમાજની સેવા માટે અન્યને પૈસા નો (રોકાણ ના રૂપે) ટેકો આપે છે.

પોતાના બીઝનેસ

- પ્લમ્બર, સુથાર, ડ્રાઈવર, પરિવહન બીઝનેસ વગેરેનો પોતાનો બીઝનેસ છે.

- હું તે લોકો ને એક સ્વ-રોજગારી વ્યક્તિ કહીશ. તેનો અર્થ એ છે કે તેઓ તેમના બીઝનેસના માલિક છે પરંતુ તેમ છતાં તે ચલાવવા માટે તેઓ કામ કરે છે.
- તેઓ એકલા અથવા જૂથમાં કામ કરે છે.
- તેમની પાસે ફક્ત એક જ વિચારધારા છે: તેઓ એજ કામ કરે છે જે તે લોકો અત્યાર સુધી કરતા આવ્યા છે.
- એક સુથાર શું કરી શકે છે અથવા પ્લમ્બર શું કરી શકે છે તેનું વર્ણન કરવાની જરૂર નથી કેમકે એતો બધાને ખબર જ હોય. તેમને સેવા પ્રદાતાઓ તરીકે ગણવામાં આવે છે, કંઈક વસ્તુઓ નું ઉત્પાદન કરનાર (ઉત્પાદક) અને સમારકામ કરનાર (જે કંઈક repair કરી આપવાની સેવા પ્રદાન કરે છે).
- તેઓ કેટલીકવાર, તેમના બીઝનેસમાં નવીનતા લાવે છે પરંતુ હંમેશાં નહીં.

સાઇડ બિઝનેસ

- સાઇડ બિઝનેસમાં ડિજિટલ તકનીકનો સમાવેશ થાય છે.
- ઉદાહરણ તરીકે; YouTube, બ્લોગિંગ, બજાર માં જાણીતી ઉત્પાદનો ની જાહેરાત કરવી, અન્ય દુકાનો, અન્ય વ્યવસાયો.., વગેરે.
- તમે યુ ટ્યુબ પર વિડિઓઝ બનાવી અને અપલોડ કરી શકો છો, અથવા તમે બ્લોગર પર નિયમિત પોસ્ટ્સ લખી શકો છો.

- મને બહુવિધ(Multiple) વ્યવસાયો પસંદ છે કારણ કે જ્યારે અનિચ્છનીય (Unexpected) વસ્તુ ના સંયોગો થાય ત્યારે તે બૅક અપ બની શકે છે.
- કોઈ પણ વ્યક્તિ પોતાના બીઝનેસ અથવા નોકરી સાથે બીજા બીઝનેસ કરી શકે છે અને વધુ પૈસા મેળવવા માટે તે સરળ, જરૂરી અને મહત્વપૂર્ણ છે.
- મોટાભાગના વ્યવસાયી માત્ર એક જ બીઝનેસમાં પૈસા રોકવાને પસંદ નથી કરતા કારણ કે તે લોકો બીઝનેસ ને માન આપે છે.
- તેઓ હંમેશાં નવા બીઝનેસની શોધમાં હોય છે અને નવી વસ્તુઓને અજમાવવા અને તેમના ભવિષ્યને સલામત બનાવવા અને તેમની ઇચ્છાઓને પરિપૂર્ણ કરવા માટે તથા વધુ નાણાં મેળવવા માટે લાગેલા રહે છે.
- સાઇડ બિઝનેસ એ અન્ય વ્યવસાયોને પણ શામેલ કરી શકે છે જેમાં તમારૂં હાજર રહેવું એટલું મહત્વપૂર્ણ નથી છતાંપણ તેનાથી તમે પૈસા કમાઈ શકો છો અને તમે તે બીઝનેસના માલિક પણ બનો છો. દા.ત. ધારો કે, તમારી પાસે સુથારકામની વર્કશોપ છે અને તે સાથે, તમે એક દુકાનના માલિક છો જે ફોટોકોપી ની સેવા પ્રદાન કરે છે.તો તે તમારો બીજો બીઝનેસ છે જેમાં તમે હાજર નહિ રહો અને એક માણસ ને રાખશો તો પણ તમે કમાઈ શકશો.

5 કોણ વેપાર કરી શકે?

જેની પાસે પ્રારંભ કરવાનો સારો વિચાર છે તે કોઈપણ સમયે કોઈપણ બીઝનેસ શરૂ કરી શકે છે પરંતુ હજી પણ તેને કાનૂની દસ્તાવેજોની અને લાઇસન્સ ની આવશ્યકતા છે.

18 કરતાં વધુ, પુખ્ત માણસ, વૃદ્ધ દરેક વ્યક્તિ પોતાની જાતે અને તેમની ઇચ્છા મુજબ (કયા દેશ માં રહો છો એના પર આધારિત છે) એક બીઝનેસ શરૂ કરી શકે છે.

મારા તર્ક અને કલ્પનાના આધારે, હું સૂચવી શકું છું કે તમે હાલ માં ચાલતા બીઝનેસને પસંદ કરશો નહીં કારણ કે તે વ્યવસાયો પહેલાંથી જૂના અને જાણીતા છે. અને હવે, આપણને કંઈક નવું અને નવીનતમ કરવાની જરૂર છે. તેથી જો તમારી સાથે પ્રારંભ કરવાનો વિચાર સારો હોય, તો જ હું તમને સલાહ આપીશ કે તમે બીઝનેસ જીવન પસંદ કરો અથવા ફક્ત એક સરળ દુકાન શરૂ કરો કારણ કે વિશ્વના કોઈપણ પ્રકારનાં વ્યવસાયોમાં ઘણી બધી સ્પર્ધાઓ છે.

તેથી તમારું નામ/બ્રાન્ડ બનાવવા માટે તમારી પાસે કંઇક અલગ હોવું આવશ્યક છે. ઉપરોક્ત પ્રકરણોમાંથી તમે બીઝનેસની બધી મૂળભૂત સમજણ શીખી ગયા છો, બરાબર?

હવે તમે બીઝનેસ કેવી રીતે શરૂ કરવો અને બીઝનેસ શરૂ કરવા માટે કઈ વસ્તુઓની આવશ્યકતા છે તેના વિશે વધુ કંઈક વિગતવાર શીખીશું.

ધારો કે તમે કૉલેજમાં અભ્યાસ કરી રહ્યા છો અને તમને લખવાનું પસંદ છે અથવા તમે શબ્દો દ્વારા કંઇક વર્ણન કરવાનું પસંદ કરો છો, તો તમે તેનો બીઝનેસ શરૂ કરી શકો છો. બીઝનેસ ખૂબ જ સરળતાથી શરૂ થઇ શકે છે અને તેને શરૂ કરવા માટે માત્ર પ્રવેગક(Acceleration)ની જરૂર છે.

હવે, મેં એવું ધારી લીધું છે કે તમે લખવાનું પસંદ કરો છો તો હું સલાહ આપું કે તમે વેબસાઇટ/બ્લોગિંગ સાઇટ બનાવી શકો અને બધી પોસ્ટ્સ લખી શકો અને પછી ઇન્ટરનેટ પર પ્રકાશિત કરી શકો અને પછી તે તમારે બધાને (જેને વાંચન નો શોખ હોય એવા લોકો ને) મોકલવાનું રેહશે. અને તમારા વાંચકો ને પણ એ ગમશે અને પછી તમારી પાસે એક મજબૂત Reader base(વાચકો) હશે જે તમારી વેબસાઇટમાં ધીમે ધીમે વધશે, અને પછી તમે Google AdSense (તે સેવા છે કે જે તમારી સાઇટ પર જાહેરાતો પ્રદાન કરે છે અને તે માટે તમને રૂપિયા ચૂકવે છે) માટે અરજી કરી શકો છે જેથી કરીને તમે તેનાથી કમાણી કરી શકો.

વિગતવાર કહું તો: Google ની એક સેવા છે જે "બ્લોગર" કહેવાય છે જે મારા જેવા લેખકો માટે છે! (હું મજાક કરું છું !! દરેક વ્યક્તિ તેનો ઉપયોગ કરી શકે છે.) કોઈપણ તેમનો બ્લોગ મફતમાં બનાવી શકે છે અને પોસ્ટ્સ અને લેખો લખવાનું પ્રારંભ કરી શકે છે અને તેમને ઇન્ટરનેટ પર અપલોડ

કરી શકે છે. અને તે પોસ્ટ નિયમિત રૂપે તે લોકોને શેર કરો કે જેને તમે જાણો છો અને પછી લોકો નિયમિત રૂપે તમારી પોસ્ટ્સ વાંચશે. તેથી તમારી પાસે રીડર બેઝ હશે અને પછી તમે AdSense માટે અરજી કરી શકો છો જે Google ની એક સેવા છે અને તેની સહાયથી, તમે તમારી સાઇટ પર જાહેરાતો મૂકી શકો છો અને તેનાથી કમાણી કરી શકો છો. તેના સિવાય પણ ઘણી તેની પ્રતિસ્પર્ધી કંપનીઓ છે કે જે એવીજ સેવાઓ આપે છે જેમ કે, "મીડિયા.નેટ" અને એના થી પણ બીજી છે એ છે અમેઝોન ની "નેટીવ advertisement" ની સર્વિસ.

આ તમારા બીઝનેસને શરૂ કરવાનો સૌથી સરળ દાખલો હતો.., પછી, તમે ઇન્ટરનેટના માધ્યમથી તમારા બ્રાંડ નામને શેર અને ફેલાવવાનું પ્રારંભ કરી શકો છો. આ રીતે તમે રોકાણ વિના અથવા થોડા રોકાણ થી તમારા બીઝનેસને પ્રારંભ કરી શકો છો.



બ્લોગ્ગર ના માધ્યમ થી કોઈ પણ પ્રકાર નું ઇન્વેસ્ટમેન્ટ કાર્ય વગર તમે કમાવાનું શરુ કરી શકો છો.

6 યોગ્ય બીઝનેસ યોજના (Business Plan) કેવી રીતે બનાવવી?

તમારે નોટબુક અને પેનની જરૂર પડશે. અને તમારા મગજમાં જે પણ હોય, તેને ફક્ત તમારી નોટબુકમાં લખો. પણ કદાચ તમે પૂછો કે: શું લખવું?

તો ચાલો, હું તમને તેનો એક વિગતવાર ઉદાહરણ આપીશ:

આઈડિયા: ધારો કે, હું એક સૉફ્ટવેર બનાવવા માંગું છું જે કર્મચારીનો ડેટા સંગ્રહિત કરવા, કંપનીની આવકની ગણતરી, કર્મચારીઓના પગારની ગણતરી, બજાર દર(Market rate) સંગ્રહિત કરવા અને આના જેવી ઘણી વસ્તુઓ જેવી બાબતો કરી શકે છે.

હું કમ્પ્યુટર સાયન્સ અથવા એન્જીનિયરિંગના ક્ષેત્રમાં નથી પરંતુ હજી પણ મારી પાસે આ વિચાર છે અને હું તેને બનાવવા માંગું છું, હવે મારે શું કરવું જોઈએ?

પણ મારી પાસે માત્ર તે વિચાર જ છે, તેથી મારે તેને મારી નોટબુકમાં લખવું જોઈએ.

હવે, બીજું પગલું..,

કન્સેપ્ટ + લક્ષિત ગ્રાહકો: હું ફક્ત મારા નોટબુકમાં ઉપરોક્ત વિચાર લખીશ, પછી હું તેનો કન્સેપ્ટ લખીશ (મારા પ્રોજેક્ટ માટે શું ઉપયોગ કરવામાં આવશે? {સેવાઓ}).

મારે મારા વિચારો વિશે સ્પષ્ટતા કરાવતી દરેક વસ્તુ શામેલ કરવી જોઈએ, ઉદાહરણ તરીકે, મેં પહેલાથી જ કહ્યું છે તેમ, મારા ગ્રાહક માટે મારું સૉફ્ટવેર શું કરશે તે અંગેની એક સરળ અને સરળતાથી સમજી શકાય તેવી યોજના બનાવવી પડશે.

પછી હું મારી જાત ને કેટલાક પ્રશ્નો પૂછીશ અથવા જો શક્ય હોય તો, હું વિવિધ કારખાનાઓ, સ્કૂલ અથવા કંપનીઓ પર એક સર્વેક્ષણ કરીશ જે મારા લક્ષિત ગ્રાહકો છે કારણ કે તેમને આવા કર્મચારીઓના રેકોર્ડ રાખવા માટે સૉફ્ટવેરની આવશ્યકતા પડતી હોય છે.

અને તે લોકો મારા માટે મોટી વ્યક્તિ કેહવાય કારણ કે એમ પણ બની શકે કે જો હું એમના પર એક સર્વેક્ષણ(Survey) કરું તો મને મારા સોફ્ટવેર માં શું નવું ઉમેરવું એનો ખ્યાલ આવે કારણ કે એ લોકો ને મારા કરતા વધારે ખબર હોય કેમ કે એ લોકો એનું જ કામ કરે છે જ્યારે હું મારી કલ્પના અને તર્કશક્તિ જ વાપરું છું. અને અંતે તો એજ લોકો મારી product (સોફ્ટવેર) ના ઉપભોક્તા હશે એટલે એમને પૂછવું એ સારું રેહશે એક નજરે. **સ્ટ્રેટેજી:** હવે હું મારી વ્યૂહરચના (Strategies) લખીશ જેનો અર્થ છે કે હું તેને કેવી રીતે અલગ કરી શકું જેથી લોકો મારા ઉત્પાદનને ખરીદી શકે. કારણ કે ઘણા લોકો છે જેમણે મારા જેવા સૉફ્ટવેર બનાવ્યાં છે..,

તેથી હું કેટલીક વધારાની સુવિધાઓ ઉમેરીશ મારા સૉફ્ટવેર માં અને તેને જુદી રીતે રજુ કરીશ કે જેથી લોકો ખરીદે.

હું અન્ય (મારા સ્પર્ધકો) કરતાં કંઈક વધુ ઉમેરીશ, દા.ત. જો મારા સ્પર્ધકો $100 માટે આવા સૉફ્ટવેર વેચતા હોય, તો હું મારા ઉત્પાદનને વેચીશ નહીં પરંતુ હું દર મહિને ફક્ત $5 માટે ભાડે આપીશ. મારા સ્પર્ધકો કરતાં તે મારા માટે ફાયદાકારક રહેશે.

કારણ કે, તેઓએ તેને માત્ર $100 માં વેચી દીધુ હશે અને હું દર મહિને 5 ડોલર ભાડે આપું છું, તેથી હું એક વર્ષમાં $60 કમાઈશ અને આગામી વર્ષમાં તે $120 ડોલર થશે જેનો અર્થ એ થયો કે જો મારું પ્રતિસ્પર્ધી તેના ઉત્પાદનને વેચે છે, તો તે ફક્ત $100 અને અહીં હું હંમેશ માટે કમાણી કરીશ. તેથી તે એક સમજવા જેવી મોટી વ્યૂહરચના છે જે લગભગ દરેક મોટી કંપની આજની તારીખ માં વાપરે છે જેમાંની એક કંપની છે, એડોબ (Adobe) કે જે તેની દરેક product ને રેન્ટ પર જ આપે છે કેમ કે એમને ખબર છે કે રેન્ટ થી વધુ પૈસા કમાઈ શકાય છે.

<u>પદ્ધતિ</u>: હું આ સૉફ્ટવેર કેવી રીતે બનાવું? અને કોના માધ્યમ થી?

દરેક વસ્તુ ને બનાવવા માટે તેની અલગ પધ્ધ્તી હોય છે.

મારા કિસ્સામાં, તે પ્રોગ્રામિંગ ભાષાઓ દ્વારા બનાવવામાં આવે છે, જેના માટે મને એવા કેટલાક લોકોને ભાડે રાખવાની જરૂર પડશે જે વ્યાવસાયિક પ્રોગ્રામર હોય અને સૉફ્ટવેર બનાવી શકે.

અથવા જો હું થોડા દિવસોમાં પ્રોગ્રામ શીખવા સક્ષમ હોઉં તો એ પણ કરી શકાય, કારણ કે જો હું પ્રોગ્રામરો પાછળ પૈસા ખર્ચવા માંગતો નથી, તો હું તે પણ કરી શકું છું. હું બધી સંભવિત પ્રોગ્રામિંગ ભાષા શીખી શકું છું જેનો ઉપયોગ મારા સૉફ્ટવેર બનાવવા માટે કરવામાં આવશે અને હું તેને બનાવવા માટે કોડીંગ કરીશ.

<u>માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના</u>: હવે હું મારી નોટબુકમાં યુટ્યુબ, ફેસબુક, ગૂગલ અને જાહેરાતો માટે ઘણી બધી વસ્તુઓ વિશે મારી માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના વિશે લખીશ. નિઃશુલ્ક તેમજ પૈસાથી એમ બંને પ્રકાર ની જાહેરાત વિશે.

આશ્ચર્યજનક વિડિઓઝ બનાવીને માર્કેટિંગ કરી શકાય છે જે લોકો અથવા લોકો ના સમુદાય માટે કંઈક ઉપયોગી બની શકે છે અને જેને કારણે તેઓ મારા સૉફ્ટવેરને ખરીદી શકે.

હું એક સરળ પણ આકર્ષક લેખ લખી શકું છું અને તેને ફેસબુક પર શેર કરી શકું છું જેથી મારા મિત્રો અને બધા લોકો, જેમને હું જાણું છું, એ બધાજ મારા સૉફ્ટવેરની જાહેરાત જોઈ શકે.

હકીકતમાં, હું તે સૉફ્ટવેરના ઉપયોગ પર એક સરળ પુસ્તક લખી શકું છું અને તે પુસ્તક વેચી શકું છું અને જ્યારે લોકો મારું પુસ્તક વાંચે, ત્યારે તેઓ મારા સૉફ્ટવેર વિશે જાણશે અને તેમના માં થી અમુક લોકો મારા સૉફ્ટવેર ને ખરીદવા માટે પોતાનો રસ બતાવશે. હું ફોટોશોપ, અથવા કોરલડ્રો દ્વારા કેટલીક ડિઝાઇન પણ બનાવી શકું છું અને સોશિયલ મીડિયા સાઇટ્સ પર

અપલોડ કરી શકું છું કે જે મારા ઉત્પાદન માટે એક જાહેરાત પણ બની શકે છે.

જો હું આ પુસ્તકને 4-5 લોકોને વેચુ અને એ લોકો ને કહું કે તમે જો બીજા ગ્રાહકો લાવશો આ બૂક ખરીદવા માટે, તો હું તમને અમુક ગ્રાહકો પર પુરા પૈસા પાછા આપીશ. તો એ લોકો પુરા પૈસા મેળવવા માટે બીજા ગ્રાહકો લાવી આપશે અને એમ કરવાથી તમારું મફત માં માર્કેટિંગ થઇ જશે અને તમને ફાયદો પણ થશે.

કાર્યકારી ટીમ (working team): જો મારી પાસે પૂરતા પૈસા હોય અને હું તેને હમણાં શરૂ કરવા માંગતો હોય, તો હું લોકોને Contract ના આધારે નોકરી એ રાખીશ. તેમના જ્ઞાન અને જરૂરિયાતને આધારે, હું તેમને જુદા જુદા જૂથો તરીકે અલગ કરીશ.

પછી, મારે મારા સૉફ્ટવેર બનાવવા માટે એક ટીમ બનાવવાની જરૂર પડશે. તેના માટે, હું કમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામર (સૉફ્ટવેર ડેવલપર), લેખક, માર્કેટિંગ વ્યક્તિ, ડેટાબેઝ ઓપરેટર, પ્રૂફ રીડર, એડવોકેટ વગેરે લાવીશ.

પ્રોગ્રામર મારો વિચાર વાસ્તવિકતામાં લાવવા માટે કોડ કરશે જેનો મતલબ એ છે કે તેઓ માત્ર કોડિંગ દ્વારા સૉફ્ટવેરના મારા વિચારોને વાસ્તવિકતામાં રૂપાંતરિત કરશે.

માર્કેટીંગ વ્યક્તિ માર્કેટીંગ કરશે જેમ મેં માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનામાં ઉપર લખેલું છે એ રીતે.

ડેટાબેઝ ઑપરેટર ડેટામાં ઉમેરવામાં આવતી સામગ્રીને લગતી માહિતી અને બીજી માહિતી એકત્રિત કરશે. અને તે આપણા ગ્રાહકોનો ડેટાબેઝ (રેકોર્ડ) રાખશે.

સત્તાધિકાર માટે અને કૉપિરાઇટ અને કાનૂની લાઇસન્સના વિવિધ પ્રકારનાં માલિકી લેવા બદલ એડવોકેટને હાયર કરવા માં આવશે.

<u>સત્તાધિકાર</u>: હવે હું મારા સૉફ્ટવેરને લોકો/ગ્રાહકોને વેચવા અને વેચવાના અધિકારોનો સમાવેશ કરીશ. તેથી મારા સૉફ્ટવેરનો કૉપિરાઇટ મેળવવા માટે એડવોકેટની જરૂર પડશે અને તે મેળવ્યા બાદ હું મારા સોફ્ટવેર ને વિશ્વમાં બધેજ વેચી શકું છું.

તો તમે પણ તમારી બીઝનેસ યોજના આ રીતે લખી શકો છો.

હવે અહીં, હું અન્ય પ્રકારની વ્યવસાયો માટે કેટલીક વધુ વસ્તુઓ વિશે લખું છું જેની જરૂર પણ પડી શકે છે.

ઉ.દા. કંપની/ઉદ્યોગ/ફેક્ટરી માટે કામ કરતી ટીમ ના દરેક માણસ ની વ્યક્તિગત ભૂમિકા વિશે લખો. ઉ.દા એકાઉન્ટન્ટ, મેનેજર, બોસ, સુપરવાઇઝર અને નિરીક્ષકની ભૂમિકા શું હશે.., વગેરે.

ભાગીદારી/સહાયકો વગેરે વિશે લખો. તમને સહાયતા તરીકે કોઈના સમર્થનની જરૂર પડે એના માટે સહાયક અને જો તમારે કેટલાક રોકાણ ની જરૂર પડે તેના માટે તમે ભાગીદારીમાં તમારો બીઝનેસ શરૂ કરી શકો છો.

લોકો ઓછા પૈસા માં સારી ગુણવત્તા અને ઉત્પાદન/સેવા મેળવવા માગે છે તેથી આ બાબતે વિચારવું એ તમારી જવાબદારી છે.

જો તમે કોઈ કંપની બનાવવા જઈ રહ્યા છો, તો તમારે ચોક્કસપણે કર્મચારીઓની જરૂર પડશે, સાચુંને? પરંતુ તમારી કંપનીમાં લોકો તમારા માટે શા માટે કામ કરે? તેથી, એ તમારી જવાબદારી છે કે તમારી કંપનીમાં કામ કરવા માટે કર્મચારીઓને કેવી રીતે લાવવા. વધુ કર્મચારીઓને તમારી કંપનીમાં કામ આપવા માટે અથવા આકર્ષવા માટે કર્મચારીની વ્યૂહરચના(Employee Strategy) તમારી પાસે હોવી જોઈએ.

જો તમે કોઈ ઉત્પાદન બનાવતા હો કે સારી સેવા આપી રહ્યા હો, તો લોકો કેમ તેને પસંદ કરે? અને એનાં માટે ગ્રાહક આકર્ષવાની વ્યૂહરચના (Customer strategy) અહીં અગત્યની ભૂમિકા ભજવે છે જેના કારણે લોકો તમારી પાસે આવે છે અને તમારું ઉત્પાદન અથવા સેવા ખરીદે છે.

તમારે તમારા માર્જિન (સરેરાશ ચોખ્ખો નફો), ધારેલું ટર્નઓવર (તમે દર વર્ષે કેટલી કમાણી કરશો), તમારા માટે કામ કરતા બધા લોકોના પગાર, કર્મચારીની રજા (કામદારોના કામની કાર્યવાહી અને તેમની રજા), જાળવણી(Maintenance) પર લાગતો ખર્ચ લખવો જોઈએ.., વગેરે.

શેરબજારો, મ્યુચ્યુઅલ ફંડ્સ અથવા સ્ટાર્ટઅપ વ્યવસાયોમાં પૈસા નું રોકાણ કરવું એ મારા દૃષ્ટિકોણ મુજબ તે ખૂબ જ સારું છે. કારણ કે તે તમને વધુ આવક અને નફો આપે છે અને જાહેરાત પણ કરે છે.

તમારે બીઝનેસની સ્કેલિંગ વ્યૂહરચના(Scale Up strategy) ની નોંધ કરવી જોઈએ જેનો અર્થ છે કે તમે તમારા બીઝનેસને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે લાવી શકો છો. એક ઉદાહરણ આપું તો: "મેક ડોનાલ્ડ" બ્રાન્ડ નામ છે જે મને આશા છે કે તમે પહેલાં સાંભળ્યું હશે. આ બ્રાંડના માલિકે બર્ગર બનાવવાની પ્રક્રિયાને SOP (સ્ટાન્ડર્ડ ઑપરેટિંગ પ્રક્રિયા) બનાવ્યું હતું જેના દ્વારા કોઈપણ વ્યક્તિ તેના નક્કી કરેલા સમયમાં બર્ગર બનાવી શકે છે. અને તે પછી, તેમણે આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે તેમના બીઝનેસને વેગ આપવાનું વિચાર્યું, અને આપણે બધા હવે જાણીએ છીએ કે તેમને તેમની યોજના પર સફળતા મળી ચુકી છે.

તમારી પાસે તમારી કંપની અથવા સેવાઓ માટે બૅકઅપ પ્લાન હોવું જ જોઈએ કારણ કે જો તમે ભાગીદારીમાં તમારો બીઝનેસ ધરાવો છો તો, તમારા ભાગીદારો દ્વારા તમને વિશ્વાસઘાત થઈ શકે છે અને તેથી, તમારી પાસે બેકઅપ પ્લાન હોવું આવશ્યક છે જેના દ્વારા તમે ફરીથી તે સામ્રાજ્ય બનાવી શકો છો.

કેટલીકવાર, કુદરતી આપત્તિઓ થાય છે જે આપણા બીઝનેસ નો નાશ કરે છે અને તેથી તમારે તમારા બીઝનેસનો બેકઅપ લેવાની જરૂર છે. તેથી, જો તમારી પાસે બીઝનેસ હોય તો બૅકઅપ પ્લાન અને વીમા આવશ્યક છે. તમારી બૅકઅપ યોજના વિશે બધું લખો જેથી તમે તમારો બીઝનેસ બચાવી શકો.

નવીનતા(Innovation) અને ઉત્પાદન(product) અથવા સેવા(service) ના સુધારણા(improvement) માં લાગતા ખર્ચ વિશે ધ્યાન રાખવું પણ મહત્વપૂર્ણ બાબત છે કારણ કે તે બે વસ્તુ (Innovation અને improvement) તમારા બીઝનેસનું ઇંધણ છે.

“Innovation and improvement is the fuel of your business.”

વ્યવસાયો કે જેમાં નવીનતા નહોતી અથવા તેમના કોઈ ઉત્પાદન માં જો નવીનતા નહોતી, તો તે અત્યારે વિશ્વમાં અસ્તિત્વમાં નહિ હોય કારણ કે લોકો દર વખતે નવી વસ્તુઓ અને કંઈક નવીનતા ઇચ્છે છે જે તેમને આરામ આપે છે.

સારાંશ: સારી બીઝનેસ યોજના માં શું શામેલ હોવું જોઈએ? : -

આઈડિયા, કોન્સેપ્ટ, તે ગ્રાહકની પ્રાથમિક જરૂરિયાત, બિલ્ડિંગ સ્ટ્રેટેજી, મેથોડોલોજી, માર્કેટીંગ સ્ટ્રેટેજી, વર્કિંગ ટીમ (કંપની/ઉદ્યોગ/ફેક્ટરી, એકાઉન્ટન્ટ, મેનેજર, બોસ, સુપરવાઇઝર અને ઇન્સ્પેક્ટર.., વગેરે) + ભાગીદારી/સહાયક, ઉત્પાદન ની ગુણવત્તા (product quality)/સેવા, કર્મચારી વ્યૂહરચના, ગ્રાહક આકર્ષવાની વ્યૂહરચના (લાગણીઓ સાથે જાહેરાત કરવું એ), માર્જિન, ટર્નઓવર, બધા લોકો નું વેતન, કર્મચારીની રજા, પ્લાન્ટના જાળવણી પર ખર્ચ (કંપની માટે), પ્લાન્ટમાં નવીનીકરણમાં ખર્ચ (કંપની માટે), મ્યુચ્યુઅલ ફંડ્સ, બિઝનેસ સ્કેલ-અપ સ્ટ્રેટેજી, બેકઅપ પ્લાન, વીમો, નવીનતા પર ખર્ચ અને ઉત્પાદન અથવા સેવામાં સુધારો.

7 બીઝનેસ શરૂ કરવા માટે ધ્યાનમાં રાખવાની મુખ્ય બાબતો શું છે?

જો તમે કોઈ બીઝનેસ શરૂ કરવા જઇ રહ્યા છો, તો તેના પાછળના કારણો આ હોઈ શકે છે:

1) **તમને તે કરવાનું ગમે છે અને તમે તે કરવા માંગો છો.**
2) **તમે તમારી અપેક્ષાઓ માં મોટો નફો જોયો.**
3) **તમે વિચારો છો કે તે વિશ્વને બદલી શકે છે.**
4) **પરિસ્થિતિઓને કારણે.**

પરંતુ લોકો જે માને છે તે મુખ્ય વસ્તુ “રૂપિયા” છે. તેઓ વિચારે છે કે બીઝનેસમાં નોકરી કરતાં વધુ પૈસા હોય છે અને બીઝનેસ તમારી જાતને એટલે કે પર્સનાલિટી ને પણ સુધારી શકે છે. અને હકીકત એ છે કે તેઓ સાચા છે. પરંતુ વાસ્તવિક જીવનમાં, ધ્યાનમાં રાખવાની સૌથી મહત્વપૂર્ણ બાબતો જો કોઈ હોય તો તે છે: **ગ્રાહકો (લક્ષિત ગ્રાહક), માર્જિન, પરિણામ** અને **ટર્નઓવર.**

શા માટે ગ્રાહકો અને માર્જિન મહત્વપૂર્ણ બાબતો છે કારણ કે એ તમારા બીઝનેસને તેમજ બીઝનેસ ને લગતા તમારા સંબંધો ને વધારવા માટે તમારી પ્રાથમિક આવશ્યકતા છે.

જો આ બે વસ્તુઓ ને તમે ધ્યાન માં નથી લેતા, તો તમારો બીઝનેસ કેવી રીતે અસ્તિત્વમાં રેહશે? અને આ એના જેવું છે કે જેમ તમે સૌથી સુંદર પુસ્તક લખ્યું છે પરંતુ કોઈએ ક્યારેય તેને વાંચવાનો પ્રયત્ન કર્યો નથી, આવી પુસ્તક લખવાનો અર્થ શું?

એ બાબત માં હું એક અનુભવ શેર કરું: 8 મી જાન્યુઆરી, 2019 ના રોજ, મેં મારા ફેસબુક પર એક જાહેરાત જોઈ જે "**મફતમાં VFX શીખવું**" એમ હતું અને મને આ બધી બાબતો શીખવી ગમે છે એટલે મેં મારો ફોન લીધો અને નંબર ડાયલ કર્યો અને ફોન માં રીંગ વાગી. ફોન પર સામે એક મહિલા હતી જેણે મારો ફોન ઉપાડ્યો અને મેં તેને પૂછ્યું, "તમે XYZ થી બોલી રહ્યા છો?" તેણીએ કહ્યું, "**હા, પણ શું અત્યારે આ કૉલ કરવાનો સમય છે?**" મને ખૂબ અજીબ આંચકો લાગ્યો કારણ કે હું એક સ્ત્રી સાથે વાત કરતો હતો અને મેં સમય જોયો ન હતો. આથી મારા ફોન માં જોયું અને તે રાત ના 10:00 વાગ્યા હતા, તેથી મેં કહ્યું (ઉતાવળ માં), "**માફ કરશો**", પછી તેણે જવાબ આપ્યો, "**તમે મને કાલે કૉલ કરી શકો છો**" અને તેણીએ કોલ છોડી દીધો. હું ખૂબ ગુસ્સે થયો હતો કે બીજા દિવસે મેં જે ઓનલાઈન Registration કરાવ્યું હતું તેને cancel કરાવી દીધું કારણ કે હું એવું માનું છું કે, "**જો તમે ઑનલાઇન સેવાઓ એટલે કે 24/7 આપો છો, તો તમારા નવા ગ્રાહકોની કાળજી લેવાની જવાબદારી તમારી છે.., કારણ કે, અંતે, ગ્રાહકો એ બીઝનેસ માં ભગવાન સ્વરૂપ છે**".

તેથી હું તમને સલાહ આપીશ કે, "હંમેશાં તમારા ગ્રાહકો અને તેમના અભિપ્રાયને માન આપો કારણ કે તેઓ તે છે જે નકારાત્મક પ્રતિસાદ આપીને તમારી સેવાને સુધારી શકે છે પરંતુ જો તમારી પાસે સારી સમજશક્તિ હોય તો તમે એ વાત ને ચોક્કસપણે સમજી શકશો કે તમારો ગ્રાહક તમને નકારાત્મક પ્રતિભાવ આપીને શું કહેવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યો છે.

કોઈપણ રીતે, બીઝનેસ શરૂ કરવા માટે, તમારે તમારા બીઝનેસને સત્તાવાર રીતે ચલાવવા માટે લાઇસેંસ અને અધિકારો હોવા જોઈએ. માત્ર એટલું જ નહીં, તમારી પાસે એક કોન્સેપ્ટ અને દસ્તાવેજીકરણ હોવો જોઈએ. કારણ કે તેના આધારિત જ તમે કાર્ય કરશો. દસ્તાવેજીકરણ તમારા માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે કારણ કે તે તમને ભવિષ્યમાં શું કરવાનું છે તે તમામ પગલાં યાદ અપાવે છે.

કેટલાક બીઝનેસ જેમકે સુથારીકામ માટે સુથાર હોવાનું લાયસન્સની આવશ્યકતા હોતી નથી, પરંતુ તે કયા દેશમાં રહે છે તેના પર આધાર રાખે છે, કારણ કે કેટલાક દેશને તેના પર લાઇસન્સની જરૂર છે અને કેટલાક ને નહીં. અહીં મેં તમારા બીઝનેસને કેવી રીતે રજીસ્ટર કરવું અને તમારા ટ્રેડમાર્કને કેવી રીતે રજીસ્ટર કરવું અને કેવી રીતે જીએસટી નંબર મેળવવું તે માટેના પગલાં શામેલ કરવાનું વિચાર્યું હતું, પરંતુ જો તમે તે જ શોધતા હોવ તો આ બધી વસ્તુઓ ઇન્ટરનેટ પર મળી શકે છે તેથી મેં તે વિચાર અહીં લખવા માટે છોડી દીધો અને એના સિવાય નું હું કહું છું.

તેથી, બીઝનેસ શરૂ કરવા માટે, તમારે લાઇસેંસ કેવી રીતે મેળવવું, જીએસટી નંબર અને તમારા રાજ્ય અથવા દેશની સરકાર દ્વારા કાયદાકીય દસ્તાવેજોની આવશ્યકતા વિશેની બધી માહિતી એકત્રિત કરવી ખુબજ જરૂરી છે.

જ્યારે નફો અને ખર્ચ નો ગુણોત્તર 1.૫ થી વધારે અથવા એનાથી પણ વધારે હોય, ત્યારે તમે તે બીઝનેસ શરૂ કરી શકો છો. અહીં, નફો એટલે માત્ર તે પૈસા નથી કે જેના માટે તમે તમારી પ્રોડક્ટ વેચો છો પરંતુ તે પૈસા પણ કે જે તમારા બધા ખર્ચ માં આવે છે, એટલે કે માર્જિન પણ.

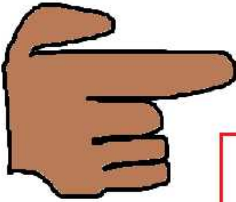
સીધી ભાષા માં કહું તો, માની લો કે તમે ૬ રૂપિયા ની વસ્તુ ૮ રૂપિયા માં વેચો છો જેમાં ૨ રૂપિયા તમારો નફો છે પણ હજુય તે નફો ના કહી શકાય કેમ કે એ ૨ રૂપિયા માં તમારે દુકાન નો ખર્ચ પણ ગણવાનો હોય છે એટલે. પણ તેમ છતાં એમાં થી આપણે ધારોકે ૧.૫ રૂપિયા તમારો સાફ નફો છે તો જથ્થા માં વેચતા તમને એમાં થી ફાયદો થશે.., ચાલો એક ઉદાહરણ બતાવું:

ઉદાહરણ તરીકે **(નોંધ: આ એક ઉદાહરણ છે સાચો આંકડો નથી પણ આ રીતે તમને ગણતરી કરતા ખ્યાલ આવી શકે છે)**: અમુલ કંપની દુકાનદારોને આશરે ૨૫ રૂપિયા માટે "અમુલ ગોલ્ડ - દૂધ ઉત્પાદન" વેચે છે. અને તે દુકાનદાર રૂ.૧ નું માર્જિન રાખે છે. તેથી, તેમની કુલ આવક ૨૬ રૂપિયા છે પરંતુ તેમનો નફો રૂ. ૧ છે. તેથી, જો તેઓ જથ્થાબંધમાં અમુલ ગોલ્ડ ની ખરીદી કરે દા.ત. ૧૦૦૦ નંગ અને ૧૦૦ રૂપિયા પેટ્રોલ

અથવા પરિવહન માટે ના ગણીએ પછી રૂ. ૧ ઉમેરીને ગ્રાહકોને વેચી દે છે, દુકાનદાર હજુ પણ રૂ.૯૦૦ કમાય છે. જે ગુણોત્તર આપે છે: ૯૦૦/૧૦૦=૯ જે ૧.૫ કરતા વધારે છે. તેથી તમે આ બીઝનેસ શરૂ કરી શકો છો.

તેથી, આ યુક્તિ ખૂબ સારી રીતે કાર્ય કરે છે કારણ કે તે તમારા નફાને સૂચવે છે અને જેના લીધે તમે તે બીઝનેસને પસંદ કરી શકશો જે તમારે પસંદ કરવો જોઈએ.

તમારે તમારા વકીલને આ બાબત માટે મળવું જોઈએ કે તે તમને કેવી રીતે તમારો બીઝનેસ શરૂ કરી શકો છો તેની તમને સલાહ આપી શકે છે અને મારા દ્રષ્ટિકોણ પ્રમાણે, વકીલ સાથે મિત્રતા રાખવું ખૂબ જ સારું છે કારણ કે તે દરેક કાયદો સારી રીતે જાણે છે અને તે તમને તેના શ્રેષ્ઠ જ્ઞાન સાથે માર્ગદર્શન આપી શકે છે.



જ્યારે નફો અને ખર્ચ નો ગુણોત્તર ૧.૫ થી વધુ થાય તો એવો ધંધો કરી શકાય.

$\frac{\text{નફો}}{\text{ખર્ચ}} > ૧.૫ \Rightarrow$ ધંધો કરાય

8 આપણા બીઝનેસના વિકાસમાં વધારો કેવી રીતે કરી શકીએ?

જો ગ્રાહકની જરૂરિયાત સંતોષાય, તો તે ફરીથી તમારી પાસે આવશે પરંતુ જો તે તેની સાથે વિશેષ ઑફરો મેળવે તો તે ચોક્કસપણે ફરીથી આવશે. હકીકતમાં, આમ કરવાથી તેવા ગ્રાહક અન્ય લોકોને તમારી જગ્યાએ બોલાવશે.

ઘણા લોકો એવા છે કે જેઓ તેમના બીઝનેસને વિકસાવવા માટે વિવિધ પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ(strategies)નો ઉપયોગ કરે છે અને તેમાંના કેટલાક સફળ થાય છે જ્યારે તેમાંના કેટલાક સફળ થતા નથી.

તેમાંના કેટલાકને સફળતા મળી કારણ કે તેઓ જાણે છે કે તેમના ગ્રાહકો તેમની પાસેથી શું માંગે છે, જ્યારે જેઓ સફળ થતા નથી તેઓ તે વસ્તુને જાણતા નથી, તેઓ ફક્ત એજ જાણે છે કે તેઓ શું આપવા માંગે છે પણ એમ નથી જાણતા કે એમના ગ્રાહકો ને શું જોઈએ છે.

સ્પષ્ટ રીતે કહું તો, જો તમારી પ્રોડક્ટ(ઉત્પાદન) કસ્ટમર આધારિત હોય, તો તમારા ગ્રાહકને લાગશે કે તેમને ખરીદી માટે યોગ્ય સ્થાન મળ્યું છે પરંતુ જો તમે તમારા ઉત્પાદનને તમે ગમે તેમ કરી ને ગ્રાહક ના સંતોષ નો વિચાર કાર્ય વગર વેચવા માંગતા હોય તો તમે એ જગ્યા એ નિષ્ફળ જશો.

વિવિધ વ્યૂહરચનાઓમાં વિવિધ જોખમો હોય છે પછી ભલે ને એ નાણાં હોય, સંભાળ હોય અથવા રોકાણ હોય તોય તમારે સાવચેતી રાખવી પડતી હોય છે.

તેથી, અહીં હું કેટલીક યુક્તિઓ સાથે હાજર છું જેના દ્વારા તમે તમારા બીઝનેસમાં સફળતા મેળવી શકો છો.

માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના(Marketing strategy): લોકો જાહેરાત માટે હજારો પૈસા આપે છે, પરંતુ તે લોકો ને જોઈએ તેટલા ગ્રાહકો મળતા નથી અને તેના પાછળનું કારણ એ છે: "તેઓ જાણતા નથી કે તેમના લક્ષિત ગ્રાહકો(Targeted customers) કોણ છે અને તેઓ જાહેરાત માટે રૂપિયા અથવા ડોલર ચૂકવે છે". મારા પ્રિય મિત્રો, આ ડિજિટલ યુગમાં તમારે અલગ રીતે વિચારવું જોઈએ. તમારે ડિજિટલ તકનીકોનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. ફેસબુક, ગૂગલ, ઇન્સ્ટાગ્રામ અને ઘણા સોશિયલ મીડિયા પ્લેટફોર્મ્સ છે અને internet પર હજારો વેબસાઇટ્સ છે જે તમારા બીઝનેસની સમાન હોઈ શકે છે, તમે ક્યાં તો તમારી પોતાની વેબસાઇટ બનાવી શકો છો અથવા તમે તમારી જાહેરાતો તેમની વેબસાઇટ પર મૂકી શકો છો.

ધારો કે તમે એક રીંગ બનાવી છે જે એક યુવાન છોકરા અથવા છોકરીને અનુકૂળ હોય, પરંતુ જ્યારે તમે તેની advertisement કરો છો, ત્યારે એ advertise ઘરડા લોકો ને જોવા મળે છે જે આ વસ્તુ ક્યારેય ઇચ્છતા જ નથી.., હવે તમે જ કહો: "તમારું ઉત્પાદન ક્યારેય વેચાશે?" આનો અર્થ એ

છે કે તમારે લક્ષિત ગ્રાહકોની જરૂર છે જે દરેક ગ્રાહકના ખરીદી કરવાના વર્તનના અભ્યાસ દ્વારા મળી શકે છે.

તેથી ડિજિટલ તકનીકીઓ અહીં સહાય કરે છે, Google આવી સેવા પ્રદાન કરે છે જેથી તમે તમારા ઉત્પાદનોની જાહેરાત કરી શકો અને તમે લક્ષિત ગ્રાહકો મેળવી શકો.

તમારા ઉત્પાદનો (product) અથવા સેવા(service)ની જાહેરાત અને પ્રમોશન આપવા માટે વિવિધ પ્રકારની માર્કેટીંગ વ્યૂહરચનાઓ છે પરંતુ તે તમારા પર નિર્ભર છે કે તમે કેવી રીતે એનો ઉપયોગ કરો છો અને કેટલી સરળતાથી ગ્રાહકો ને આકર્ષો છો.

ઉદાહરણ: હીરો (ઓટોમોબાઈલ કંપની જે ટુ-વ્હીલર વાહનો બનાવે છે) ભાવનાત્મક જાહેરાત(એટલે કે એવી advertisement કે જે લોકો ની ભાવનાઓ સાથે જોડાયેલી હોય) દ્વારા તેમના વાહનોને બજારમાં મૂકી દે છે. સેમસંગ અને બધી મોટી મોટી કંપનીઓ પણ શસ્ત્ર તરીકે લાગણીઓનો ઉપયોગ કરવા આ પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરે છે. તેઓ એવી સુંદર advertisement બનાવે છે જે દર્શકના મગજમાં લાગણીઓ પેદા કરે છે અને તેથી તેઓ તેમના ઉત્પાદનને ખરીદવા માંગે છે.

માત્ર એક વસ્તુ છે જેને નિયંત્રણ કરવું લોકોના હાથમાં નથી જે છે ભાવના (લાગણી). સાબિતી: ધારો કે, તમે હંમેશાં ક્રિકેટ જોતા હોવ (મને ક્રિકેટ ગમતું નથી પરંતુ ફક્ત તમને એક ઉદાહરણ આપુ છું.) અને તમને ગમતી

ટીમ છે “A” અને સામે વાળી ટીમ છે “B” પણ જ્યારે ટીમ “A” એ ટીમ “B” ની સામે જીતશે ત્યારે તમે ખુબજ ખુશ થશો અને હારશે ત્યારે દુખી પણ હકીકત તો એ છે કે બંને માંથી એક પણ ટીમ તમારી પોતાની નથી કે નથી એ તમને કંઈક આપવાની. છતાં તમને એના વિશે લાગણી જાગે છે બસ આજ વસ્તુ કે જે હકીકત છે એ મોટા ઉદ્યોગપતિઓ જાણે છે કે કેવી રીતે માણસો ને ભાવનાઓ માં સંડોવી ને આપણે આપની product ને વેચી શકીએ. અને એ લોકો આ રીતે એમની product વેચે છે.

નોંધ: મેં જે લખ્યું છે તે વાંચીને મારા વિશે ખરાબ ન વિચારો કારણ કે હું તમને દુનિયામાં જે થઈ રહ્યું છે તે વાસ્તવિકતા અને હકીકતો બતાવી રહ્યો છું અને હું કોઈની વિરુદ્ધ અથવા કોઈના પક્ષમાં નથી. હું તટસ્થ છું. હું ફક્ત અન્ય દ્રષ્ટિકોણો જોવા માટે તમને દ્રષ્ટિ(વિચાર અને પ્રેરણા) આપીશ જેથી તમે તમારા સ્પર્ધકોને સમજી શકો અને વિશ્લેષણ કરી શકો. તેથી તમારા આસપાસના કોઈને પણ ખરાબ રીતે ન વિચારો. કેમ કે આખરે આજ એક સફળ બીઝનેસ ની સત્યતા છે અને આમાં ખરાબી પણ નથી અને એનું કારણ એ છે કે તમે આમ કરવા માં કોઈ ની જીવ હાની પણ નથી કરતા.

ગ્રાહક લાવો અને કમાવો: Technology માં સુધારો થયો હોવાથી, લોકો તેમના ઉત્પાદનો અને સેવાઓને બજારમાં લાવવા માટે નવી પ્રકારની વ્યૂહરચનાઓ શીખ્યા. લોકો આજકાલ આ તકનીકનો ઉપયોગ કરે છે: જો તમે અમારી સેવામાં વધુ ગ્રાહકો લાવશો તો અમે તમને પૈસા આપીશું. આને સંદર્ભ અને કમાણી (Refer & Earn) પદ્ધતિ કહેવામાં આવે છે. ધારો

કે તમે કોઈની સેવા(service) નો ઉપયોગ કરી રહ્યા છો અને તમને તે ગમ્યું અને પછી તમને જાણવા મળ્યું કે તમે તેનાથી કમાણી કરી શકો છો તો તે સમયે તમે એમ જ વિચારશો કે "આ, ઘરે પૈસા કમાવવાની આ શ્રેષ્ઠ યુક્તિ છે" અને તમે તમારા મિત્રને આનો ઉપયોગ કરવાની વિનંતી કરશો અને જેમ તે સેવામાં જોડાશે તેમ તમને એ લોકો થોડા રૂપિયા ચૂકવશે. આ રીતે તેઓ તમને થોડો પૈસા ચૂકવીને તેમના ગ્રાહકો ને વધારશે.

તે મારા દૃષ્ટિકોણ પ્રમાણે એક નેટવર્ક માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના પણ છે કારણ કે અહીં તમે બીજાને સિસ્ટમ માં જોડીને પૈસા કમાશો. જેનો અર્થ એ છે કે, તમે મારા ઉત્પાદનનો ઉપયોગ કરો છો અને તમને જો એ ગમે તો, હું તમને તક આપીશ કે જો તમે મારા ઉત્પાદનોનો ઉપયોગ કરવા માટે ગ્રાહકો (સંદર્ભ દ્વારા) લાવશો, તો હું થોડી રકમ ચૂકવીશ.

નેટવર્ક માર્કેટીંગ વ્યૂહરચના: મોટાભાગના વ્યવસાયો આજકાલ નેટવર્ક બનાવવાનું વિચારે છે કારણ કે તેઓ જાણે છે કે જો તેઓ નેટવર્ક બનાવશે તો તેઓ ખુબ પૈસા કમાઈ શકશે. અને તેથી જ દુનિયામાં એવી ઘણી કંપનીઓ છે જે આ પ્રકારની વ્યૂહરચનાનો ઉપયોગ કરી રહી છે.

જો તમારી પાસે તમારી કંપની બનાવવાનો વિચાર છે અને તમે products બનાવવા માંગો છો, તો ધારો કે તમે એક સારી ગુણવત્તાવાળી પુસ્તક લખી છે અને તમે તેને તમારા ગ્રાહકને વેચવા માંગો છો, તો તમે શું કરશો કે તમે માત્ર પ્રકાશક પાસે જશો અને તમારી પુસ્તક પ્રકાશિત કરો અને તમે સરળ જાહેરાતો દ્વારા થોડું માર્કેટિંગ કરશો. પરંતુ એના બદલ માં તમને

ઘણું બધું કમાવવાનું નહિ મળે તો એના સિવાય નો એક ઉપાય આપું તો, ધારો કે તમે માત્ર ત્રણ ગ્રાહકો લાવ્યા છો અને નક્કી કરેલ કિંમત પર તમારું પુસ્તક વેચ્યું છે (ઉદાહરણ તરીકે કિંમત = $ 3 {જેમાં $૧.૫ પ્રિન્ટીંગ નાં અને બીજા વધ્યા એ ફાયદો}) અને જ્યારે તમે તેમને કહેશો કે, "જો તમે આ પુસ્તક અન્ય ગ્રાહકોને વેચશો, તો તમને વ્યક્તિદીઠ $ 0.3 પાછા મળશે અને જો તે પુસ્તક તે ૩ લોકોને વેચશે, તો તેને $ ૧ પાછો મળશે. હવે, શું થશે? તે વિચારશે કે જો તે પુસ્તક ૯ લોકોને વેચશે, તો તે તેના પૈસા પાછા મેળવી શકશે જેથી તે તમારા માટે ૯ ગ્રાહકો લાવશે જેનો અર્થ છે કે તમે પુસ્તકો $૨૭- $3 = $૨૪ માટે વેચ્યા છે. અને, $૨૪- $૧૩.૫ (૯ પુસ્તકો માટે કુલ મુદ્રણ{પ્રિન્ટીંગ} ખર્ચ) = $૧૦.૫ તમારો ફાયદો છે. કારણ કે છાપકામ પર $૧૩.૫ ખર્ચવામાં આવશે. શું તે તમારા માટે ફાયદાકારક નથી? કારણ કે અહીં તમને તમારી પુસ્તકની જાહેરાત કરવાની જરૂર નથી તેથી તમે જાહેરાતની કિંમત બચાવી. અને તમે ગ્રાહકોને કાયમ માટે મેળવો છો કારણ કે દરેક જણ તમારી પુસ્તકનો ઉપયોગ મફતમાં કરવા માંગે છે જેથી તેઓ ૯ ગ્રાહકો લાવશે. હકીકતમાં, કિંમત ઘટાડવાથી ગ્રાહકો વધે છે અને ૯ પુસ્તકો વેચવા પર ૧00% ડિસ્કાઉન્ટ આપીને તમારા ગ્રાહક સાથે વફાદારી અને સંબંધ વધે છે જે કોઈપણ પ્રકારના બીઝનેસમાં મુખ્ય મહત્વની વસ્તુ છે.

નેટવર્ક માર્કેટિંગ ચેઇન રીએક્શન પ્રક્રિયા છે, જેનો અર્થ છે કે તમારે ફક્ત એક માટે કરવું પડશે અને બાકીના લોકો તમારા માટે કરશે.

હવે બીજી વસ્તુઃ

બલ્ક આઇટમ ખરીદી સાથે ડિસ્કાઉન્ટ વ્યૂહરચના.

જેમ કોઈ જથ્થાબંધ માં માલસામાન ખરીદે છે અને ડિસ્કાઉન્ટ મળે છે, તેવી જ રીતે, તમે આ તકનીકને તમારા બીઝનેસમાં લાગુ કરી શકો છોઃ જથ્થાબંધ વસ્તુ ખરીદવી સાથે ડિસ્કાઉન્ટ વ્યૂહરચના, આમાં, તમારે માત્ર જથ્થાબંધ માં માલ વેચવાનો હોય છે અને તમારે ડિસ્કાઉન્ટ આપવાનું હોય છે જેથી તમારા ગ્રાહકો તમારા પર વિશ્વાસ કેળવી શકે. અને તમે તેમનો વિશ્વાસ જીતી શકો છો.

હું ગૂગલનો સૌથી મોટો ચાહક છું કારણ કે ગૂગલ ગ્રાહક વધારવા માટે તેમજ તેના ગ્રાહકોના વિશ્વાસને જીતવા માટે આકર્ષક તકનીકોનો ઉપયોગ કરે છે. તે શું કરે છેઃ તે ઉત્પાદનના સુધારણા વિશે સૂચનો લે છે અને તેમના ગ્રાહકો સાથે વધુ ભાવનાત્મક સંપર્ક બનાવવા માટે તેમને (ગ્રાહક ને) કેટલાક રૂપિયા આપે છે.

વિગતવાર સમજાવુંઃ તમારા ફોનમાં Google Play store ને ખોલો અને ટાઇપ કરોઃ "Google Rewards" અને તે એપ્લિકેશન ડાઉનલોડ કરો અને તમારું ઇમેઇલ આઈડી દાખલ કરો, હવે જ્યારે પણ કોઈ સર્વે હશે ત્યારે તમને સૂચિત કરવામાં આવશે અને તમે આ સર્વેક્ષણમાં હાજરી આપશો તો તમને Google તરફથી કેટલાક પ્રશ્નો પૂછવામાં આવશે. જે તમને અમુક

પૈસા ચૂકવશે. Google આ તકનીકનો ઉપયોગ કરે છે પરંતુ તે તમને કેટલાક પ્રશ્નો પૂછે છે અને પછી કેટલાક પૈસા આપે છે.

તેઓ તમને પ્રશ્નો કેમ પૂછે છે અને તેના માટે ચૂકવણી કેમ કરે છે? કારણ કે, Google તમને પ્રશ્નો પૂછે છે અને તે માહિતી એકત્રિત કરે છે જે લક્ષિત ગ્રાહકો મેળવવા માટે ખૂબ જ સહાયરૂપ છે. ઉદાહરણ તરીકે, જો હું દરરોજ Instagram નો ઉપયોગ કરું છું અને નિયમિતરૂપે જો હું હંમેશા પ્રોગ્રામિંગ વિશે શોધ(Search) કરું છું, તો પછી Google મને તેના જેવા પ્રશ્ન પૂછશે. તમે કયા સોશ્યલ મીડિયા એકાઉન્ટનો ઉપયોગ કરો છો? અને હું Instagram જવાબ આપીશ. પછી, તે મને પૂછશેઃ પ્ર. તમે કઈ બાબતો વધુ શોધો છો? અને હું જવાબ આપીશઃ પ્રોગ્રામિંગ.., હવે આ માહિતી એકત્રિત કરીને, જ્યારે કોઈ વ્યવસાયી જાહેરાત પ્રદાન કરવા માટે ચૂકવણી કરે ત્યારે Google તમને જાહેરાતો મોકલવા માટે તેનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ઉદાહરણઃ ધારોકે હું પ્રોગ્રામિંગ કોર્સ વેચવા માંગુ છું પરંતુ મારી પાસે ગ્રાહક નથી અને હું તેની શોધમાં છું, પણ હવે હું માત્ર Google પર થોડી રકમ ચૂકવીશ અને Google એવા લોકો ને મારો programming કોર્સ મોકલશે જેણે Google ને જવાબ આપ્યો હતો કે, "હું પ્રોગ્રામિંગ માટે શોધું છું" અને તે આ સિસ્ટમ આ રીતે કાર્ય કરે છે.

ગૂગલ પાસે તેની પોતાની સર્વિસ "એડવર્ડ્સ" છે, જ્યાં લોકો તેમના ઉત્પાદનો અથવા સર્વિસ ની જાહેરાત Google ને પૈસા ચૂકવીને કરી શકે છે અને Google લક્ષિત ગ્રાહકોને શોધી કાઢશે અને તે ગ્રાહકોને તે વસ્તુઓ

પોહ્ચાડશે અને જ્યારે ગ્રાહક તે વસ્તુ ને ત્યાંથી ખરીદશે ત્યારે google ને અમુક કમીશન મળશે અને આ રીતે વેચનાર ની વસ્તુ પણ વેચાશે.

અને ગૂગલ એડસેંસ એ ગૂગલની સેવા છે જે યુટ્યુબ, બ્લોગિંગ, વેબસાઈટસ વગેરે જેવા વિવિધ પ્લેટફોર્મમાં જાહેરાતો પ્રદાન કરે છે. જ્યારે લોકો કોઈ એવી વેબસાઇટની મુલાકાત લે છે કે જ્યાં એડસેન્સ એડવર્ટાઇઝિંગ હોય અને જ્યારે લોકો તે જાહેરાત પર ક્લિક કરે, ત્યારે તે વેબસાઇટના developer ગૂગલ પાસેથી પૈસા મેળવશે કારણ કે તે developer પાસે વધુ મુલાકાતીઓ(Visitors) છે અને તેણે જાહેરાતો મૂકવા માટે Google ને અમુક જગ્યા પ્રદાન કરી છે, તેથી Google કેટલાક પૈસા developer ને ચૂકવશે. કુલ 60% (અહીં કુલ અર્થ છે: એડવર્ટાઇઝર દ્વારા Google પર AdWords દ્વારા ચૂકવવામાં આવેલ રૂપિયા અને Google ને આવી સેવા પ્રદાન કરવા માટે 40% રૂપિયા મળે છે) તેથી, ડેવલપરને 60% રૂપિયા મળશે.

9 શું તમે વ્યવસાયી બનવા સક્ષમ છો?

તમે કદાચ એવું વિચારતા હશો કે, આ પ્રશ્ન અહી નથી બરોબર છતાં તેણે કેમ પૂછ્યો છે?

અને હવે, હું તમને સ્પષ્ટ કરું છું: જો બીઝનેસ સરળ છે, તો શા માટે બધા લોકો વેપાર કરી રહ્યાં નથી?

કોઈ પણ પ્રકારનું બીઝનેસ કરવા માટે, તમારી પાસે તે પ્રકારના ગુણો હોવા જોઈએ જે તમારા બીઝનેસને અનુકૂળ હોય છે જેમ કે: નેતૃત્વ ક્ષમતા, પરિસ્થિતિઓ સંભાળવાની ક્ષમતા વગેરે.., અથવા તમારી પાસે તે પ્રકારનું વલણ હોવું જોઈએ જે તમારા પાત્રને વ્યવસાયિક તરીકે અનુકૂળ હોય.

એક લેખક છે: રોબર્ટ કિઓસાકી, મને તેમની પુસ્તકો અને તેમના વિચારવાની રીત ગમે છે કારણ કે તેમની પુસ્તક: "Rich dad poor dad" માં, તેમણે સમજાવ્યું છે કે શા માટે એક ગરીબ કાયમ ગરીબ રહે છે અને શા માટે સમૃદ્ધ હંમેશા સમૃદ્ધ બને છે.

સમૃદ્ધ શા માટે હંમેશા સમૃદ્ધ બને છે તેનું રહસ્ય તેની માનસિકતા અને નાણાકીય બુદ્ધિને લીધે છે. એક ગરીબ હંમેશા પૈસા માટે કામ કરે છે જ્યારે સમૃદ્ધ લોકો તેમના પૈસા તેમના માટે કામ કરે છે. સરળ રીતે કહું તો: **સમૃદ્ધ હંમેશા નવીન વિચારો વિશે વિચારે છે જે નાણાં નો સ્રોત બની શકે.., જ્યારે**

ગરીબ હંમેશા વધુ નાણાં કમાવવા માટે વધુ સારી નોકરી મેળવવાનું વિચારે છે.

Robert Kiyosaki તેમની આખી પુસ્તકમાં, મેં તમને જે બોલ્ડ શૈલીમાં વાક્યો ઉપર કહ્યા છે તે સમજાવે છે. જસ્ટ વિચાર કરો: એ વાક્ય ને સમજવું કેટલું મુશ્કેલ ભર્યું હશે કે જેને સમજાવવા માટે એમણે આખી પુસ્તક લખી નાખી.

તમને જે કરવાનું ગમે છે તેના માટે જો જુસ્સો અથવા સમર્પણ નથી, તો તમે હંમેશાં તમારા અંદરથી કોઈ અજાણ્યા ભયનો સામનો કરશો જે તમને વધુ કમાણી માટે સારી નોકરી મેળવવા માટે હંમેશાં કહેશે.

જ્યારે અમુક લોકો ના કિસ્સા માં, જો તમને risk લેવું ગમતું હોય તો તમે પોતાનો બીઝનેસ શરુ કરી શકો છો.

જો તમે માનતા હો કે તમે સ્કૂલ અથવા કૉલેજમાં પ્રથમ ક્રમ મેળવ્યો છે તો તમે હવે વિશ્વના સૌથી ધનાઢ્ય બની શકો છો, તો તમે ખોટું વિચારી રહ્યા છો કારણ કે, પ્રથમ ક્રમાંક મેળવવું એ સાબિત નથી કરતું કે તમે એક બુદ્ધિશાળી છો પરંતુ તે માત્ર સાબિત કરે છે કે તમારી પાસે સારી મેમરી/રિકોલીંગ પાવર છે.

જો તમારી પાસે એક સરળ આઈડિયા છે, તો હમણાં જ ઉભા થાઓ અને ઉપરનું એક પ્રકરણ: "**યોગ્ય બીઝનેસ યોજના કેવી રીતે લખવી**" માંથી તમે જે બીઝનેસ લખવાનું શીખ્યા છો તે લખવાનું પ્રારંભ કરો. અને તેના માટે કાર્ય કરો તો, તમે તમારા સપનાને જીવંત કરશો.

10 મહાન લોકોની પ્રેરણા

ડૉ. વિવેક બિન્દ્રા અને એક વ્યક્તિ જે ઈલોન મસ્કના સલાહકાર છે જેમનું નામ છે: જિમ ક્વિક. મારા દૃષ્ટિકોણ મુજબ આ બે લોકો ખૂબ મહાન લોકો છે. જો તેઓ મહાન લોકો અને બુદ્ધિશાળી લોકોના મનને તાલીમ આપી શકે છે, તો કલ્પના કરો કે તેઓ કેવી રીતે વિચારી રહ્યા હશે?

સમજણ અને વિચારણાના કયા સ્તર પર, તેઓ વિચારી રહ્યા હશે? આ ખોટુ નિવેદન છે કે, "ફક્ત લાયક (શિક્ષિત) વ્યક્તિ ધનિક બની શકે છે". કારણ કે, મેં એવા લોકો જોયા છે જેમણે ૮ મા ધોરણ સુધી જ અભ્યાસ કર્યો છે અને હજુ પણ તેમનું પોતાનું બ્રાન્ડ નામ છે: "પતંજલિ", હા, હું વાત કરું છું: બાબા રામદેવ ની, તે એક યોગ ગુરુ તેમજ એક સારા વ્યવસાયી છે જેમણે સમગ્ર ભારતમાં પતંજલિ બ્રાન્ડ બનાવેલી છે. અને તેમના જેવા ઘણા ઉદાહરણો છે.

મારા મિત્રના એક કાકા જે ૭ ધોરણ સુધી જ ભણેલા છે, પરંતુ તેની પાસે તેની ૬૦ મિલિયન ડોલરની કિંમત ની રેસ્ટોરાં છે. મારા બીજા એક મિત્ર ના પપ્પા કે જે ૫ ધોરણ સુધીજ ભણેલા છે અને એમાં પણ એ નાપાસ હતા તેમ છત્તા,આજે તે પોતાના ૨ પેટ્રોલ પંપ ભાગીદારી માં ચલાવે છે.

જિમ કવીક અને ડૉ. વિવેક બિન્દ્રા બે લોકો છે જે બધી વસ્તુઓ વિશે ખૂબ જ ઊંડા વિચારો કરે છે. તમે કદાચ તે જાણતા નહિ હોવ કે કેવી રીતે તેઓ

ઊંડાણમાં વસ્તુઓને બરાબર નિરીક્ષણ કરી શકે છે. તેના પાછળનું કારણ "દ્રષ્ટિકોણ(perspective)" સિવાય બીજું કંઈ નથી.

તમે જેટલા પ્રશ્નો ને અલગ અલગ રીતો થી ઉકેલ્યા છે, તેટલા વધારે perspectives તમારી પાસે હશે અને એટલીજ વધારે તમારી intelligence હશે.

તે લોકો વાંચન, લેખન, વિશ્લેષણ વગેરે કરતા હશે પરંતુ તે બધું અને એના સિવાય નું બધું જ સમજવા માટેનું મુખ્ય મહત્વની વસ્તુ છે: "દ્રષ્ટિકોણ".

ડૉ. વિવેક બિન્દ્રા પોતાને ગ્રાહક, શોધક, રોકાણકાર, રિટેલર, જથ્થાબંધ નો વ્યાપારી, માર્કેટિંગ વ્યક્તિ, નિર્માતા અને ઘણા બધા પાત્રો તરીકે કલ્પના કરી શકે છે.., અને આ એક કારણ હોઈ શકે છે કે શા માટે લોકો ની સાપેક્ષે એ દરેક પાત્રના ક્ષેત્રમાં શક્યતાઓ શોધી શકે છે.

દાખલા તરીકે:

જો હું વિચારું છું કે, "હું શિક્ષક છું", હવે મારું મગજ કહેશે: "યજ્ઞેશ, તું એક શિક્ષક છે" અને તે શિક્ષક તરીકે કાર્ય કરવાનો પ્રયત્ન કરશે.., જેને કારણે મારા મગજ અને સવેદનાત્મક અંગો માં ફીટ થશે કે, “હું એક શિક્ષક છું”

અને એને કારણે હું જે પણ કઈ કામ કરીશ કે બોલીશ ત્યારે મને એમ સતત વિચાર આવ્યા કરશે કે હું એક શિક્ષક જ છું.

જેમ બાળક સાથે રમતી વખતે આપણે બાળક બની જઈએ છીએ, બરાબર ને? આ રીતે જ્યારે આપણે બીજા પાત્રમાં પોતાને કલ્પના કરીએ છીએ, ત્યારે આપણે તે પાત્રના ક્ષેત્રની અનંત શક્યતાઓ વિચારી શકીએ છીએ જે આપણા પોતાના વિશ્લેષણ (Analysis) અને કલ્પના શક્તિ પર આધાર રાખે છે.

વિશ્લેષણ ની આવડત એ બીજું કઈ નહિ પણ પ્રશ્નો કરવાની ક્ષમતા જ છે કે જે તમારી કલ્પના શક્તિ પર આધાર રાખે છે.

જો તમે જુદી જુદી રીતોથી પ્રશ્નો પૂછી શકો છો, તો તમારી પાસે વિશ્લેષણ કરવાની ક્ષમતા વધારે હોઈ શકે છે.

ચાલો હું તમને એક ઉદાહરણ આપુ:

ધારો કે, "મારા પિતાએ મને એક નોટબુક આપી છે".

હવે પ્રશ્નો:

1. તેમણે મને નોટબુક કેમ આપી?
2. કયા સમયે તેમણે મને એ નોટબૂક આપી?
3. શું અમે છેલ્લે જ્યારે મળ્યા હતા એને સંબંધિત કઈક કામ ને લીધે આપી છે?

4. તેમણે મને નોટબૂક ક્યાં આપી?
5. તેમણે મને ક્યારે નોટબૂક આપી?
6. તેમણે કયા હેતુ માટે મને નોટબુક આપી છે?

જુઓ, આ પ્રશ્નો તમને હું શું કહેવા માગુ છું તે સમજવામાં સહાય કરી શકે છે. અથવા જો તમે એમ વિચારી રહ્યા હોય કે આવી સરળ વસ્તુઓ કરવા માટે સમય કોણ બગાડે? તો પછી હું ફક્ત કહીશ: "ઠીક છે, તો આવી વસ્તુઓ ન કરો અને તમે જેમ છો તેમ રહો.. ☺".

તેથી બધું એકબીજાથી સંબંધિત છે.

કલ્પના શક્તિ થી તમે એક વિશેષ પ્રકારની વિશ્લેષણ શક્તિ/કળા કેળવી શકો છો કે જેની મદદ થી તમે કોઈ પણ પ્રકાર ના પ્રશ્નો નું સમાધાન ખુબજ સરળતા થી કરી શકો છો.



દ્રષ્ટિકોણ (perspective) ની મદદ થી તમે દુનિયા માં કોઈ પણ ફિલ્ડ માં ઊંડાણ સુધી કોઈ પણ પ્રશ્નો ને સમાધાન (Solve) કરી શકશો.

11 કઈ રીતે કોઈ પણ વસ્તુ ને શક્ય બનાવવું?

ધારો કે, તમે તમારા પોતાના રિસ્ક પર એક નવો બીઝનેસ શરૂ કરવા માંગો છો અને તે માટે, તમારે શું કરવાની જરૂર પડશે? જેનો આપણે જવાબ જાણીએ છીએ: કાયદાકીય દસ્તાવેજો, સ્થાન, યોજના, અને ઘણી બધી વસ્તુઓ.., જોકે, જીવનમાં કોઈ પણ વસ્તુ ને શક્ય બનાવવા આવશ્યક 4 વસ્તુઓ છે: પેશન, સમર્પણ, આયોજન અને કાર્ય.

તે 4 વસ્તુઓ વિના, તમે ક્યારેય તમારો બીઝનેસ શરૂ કરી શકતા નથી અને જો તમે તેને પ્રારંભ કરો તો તે ભવિષ્ય માં એક સમયે અસ્તિત્વમાં રહેશે નહીં.

પેશન: જે એમ સૂચવે છે કે તમે જે કામ કરી રહ્યા છો એના બદલા માં તમને કોઈ બીજી વસ્તુ આપવા માં આવે તેમ છતાં કોઈ પણ હાલત માં તમે આ વસ્તુ ને નહિ છોડો બસ આને જ પકડી રાખશો.

રસ(રૂચી અથવા ગમવું) અને જુસ્સા(જૂનુન) વચ્ચે મોટો તફાવત છે.

ધારો કે, લેખન એ મારી રુચિ છે તો, હું માત્ર થોડા સમય માટેના સુખ માટે જ લખીશ, પણ જો તે મારો જુસ્સો/જૂનુન છે તો, જો મને લખવાનો ફક્ત વિચાર જ આવ્યો હશે તો હું ગમે ત્યાં હોઈશ, ગમે તે કરતો હોઈશ, ગમે તે મને મળવાનું હશે કે બીજું ગમે તે થશે એ કોઈ ની પરવા કાર્ય વગર હું મારા વિચાર ને લખવા બેસી જઈશ. અને એને જ પેશન કહેવાય.

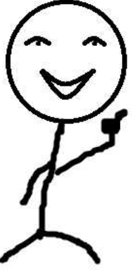
સમર્પણ(Dedication): તે સૂચવે છે કે તમારી પાસે સ્પષ્ટ માનસિકતા/ધ્યેય/માર્ગ છે જેના દ્વારા તમે તમારી મંઝીલ સુધી પહોંચશો. અને તમારા પોતાના જુસ્સા દ્વારા સમર્પણ કરવામાં આવશે. તેથી, તેનો અર્થ એ છે કે સમર્પણ (Dedication) માટે, તમારે તેને વધુ મજબૂત બનાવવા માટે પેશન તો હોવું જ જોઈએ.

પછી **આયોજન** આવે છે: માનસિક અને શારીરિક દ્રષ્ટિએ આયોજન. જો કદાચ તમે ક્યારેય જોયું હોય તો, આયોજન એ મુખ્ય પરિમાણ છે જેના દ્વારા મોટી કંપનીઓ યોગ્ય રીતે ચાલે છે. જો તમે કોઈ એક પ્રોજેક્ટ (બીઝનેસ) માટે બહુવિધ યોજના બનાવો છો, તો કોઈ વાંધો નથી, હકીકતમાં, એક પ્રોજેક્ટ માટે બહુવિધ યોજનાઓ સેટ કરવી એ સારી વાત છે કારણ કે તે બધા પ્લાન-બી, સી અને ડી એટલે કે બેકઅપ તરીકે કામ કરી શકશે. પ્રથમ આયોજન મગજનો ઉપયોગ કરીને કરવામાં આવે છે અને પછી તે પેપર (દસ્તાવેજીકરણ) પર તેનું સ્થાન લે છે.

અને છેલ્લું, સૌથી મહત્વપૂર્ણ પરિમાણ માં નું એક "**ક્રિયા**" છે: ક્રિયા વગર, તમારા વિચારો, જુસ્સા અને આયોજનની કોઈ કિંમત નથી. તો, ક્રિયાઓ વિનાના મહાન વિચારો અને આયોજન કરવાનો અર્થ શું છે? એક્શન એ તમારા પ્રોજેક્ટ (બીઝનેસ) નું એન્જિન છે જે તમારા પ્રોજેક્ટને સંપૂર્ણપણે ચલાવે છે. આ ચારેય એવી વસ્તુઓ છે જે પ્રોજેક્ટને અમલમાં મૂક્યા પછી ક્યારેય કહેતા ક્યારેય સમાપ્ત થવી જોઈએ નહીં. જ્યારે આ ચાર પરિમાણો

યોગ્ય રીતે સંચાલિત થાય છે, ત્યારે અન્ય પરિમાણો આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે: "સુધારણા, નવીનતા, મૂલ્યાંકન, અને અન્ય ઘણાં"

સારાંશ: કંઈપણ શક્ય બનાવવા માટે તમારા માં આવા ગુણો હોવા જોઈએ: પેશન, સમર્પણ, આયોજન અને કાર્ય.



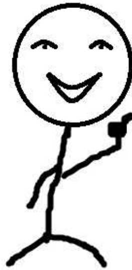
કઈ રીતે કોઈ પણ વસ્તુ ને શક્ય બનાવશો?

--> પેશન,

--> સમર્પણ,

--> આયોજન,

--> કાર્ય



કઈ રીતે કોઈ પણ વસ્તુ ને શક્ય બનાવશો?

બુદ્ધી થી લીધેલ એકશન એ કોઈ પણ સફળ બીઝનેસ નું એન્જીન છે અને એના કારણે જ તે બીઝનેસ ચાલે છે.

12 જાહેરાત કરવાની યોજના કેવી રીતે કરવી?

જેમ આપણે જાણીએ છીએ કે, માર્કેટિંગ વગર, કોઈ પણ તમારી રચના, ઉત્પાદન, સેવા અથવા તમે જે કાંઈ પ્રદાન કરો છો અથવા સમાજને સેવા આપો છો તે વિશે ક્યારેય દુનિયા જાણશે નહીં.

ચાલો, પેન અને નોટબુક લો,

સૌ પ્રથમ, તમારા બધી પ્રકારની જગ્યાઓ નું લીસ્ટ બનાવો જેનો ઉપયોગ તમે તમારા ઉત્પાદનોની જાહેરાત માટે કરશો.

ઉદાહરણ તરીકે: મોબાઇલ માર્કેટિંગ, સોશિયલ મીડિયા માર્કેટિંગ, ઇમેઇલ માર્કેટિંગ વગેરે.

મોબાઇલ માર્કેટિંગમાં શામેલ છે: તમારા ગ્રાહકોને નિયમિત સંદેશ (ખાસ કરીને ઇવેન્ટ્સ/તહેવારો પર) મોકલવા.

જ્યારે પણ તમારો ગ્રાહક તમારા સુધી પહોંચે ત્યારે, તમારે તેની સાથે સારી વર્તણુક રાખવી જોઈએ અને સારો સંબંધ બનાવવો જોઈએ અને તેના મોબાઇલ નંબર માટે પૂછવું જોઈએ.

જ્યારે તમે તેનો મોબાઇલ નંબર મેળવશો, પછી તમે તમારા બધા ગ્રાહકોની એક્સેલ ડેટાબેઝ સ્વરૂપમાં મોટી યાદી બનાવી શકો છો.

અને પછી તમારે માત્ર કૅલેન્ડર લેવું જોઈએ અને બધા તહેવારો ની તારીખો જોવી પડશે.., પછી, તમારા કમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ વિવિધ પ્રકારના મેસેજીસ લખવા માટે કરો જેમાં તમારે એવા શબ્દો નો ઉપયોગ કરવાનો રેહશે જેના થી તમારો ગ્રાહક ઝડપથી આકર્ષી જાય અને તમારી વસ્તુ લેવા કે ખરીદવા માટે એક વાર વિચાર કરે.

માત્ર એક સંદેશ જ નહીં, તમારો સંદેશ અલગ અલગ રીતે અને બધા તહેવારો માટે લખો. અને આ સંદેશાઓ તમે તહેવાર પહેલાંના દિવસે તમારા બધા ગ્રાહકોને મોકલશો. તમે વિશ્વાસ નહિ કરો પરંતુ તે ખરેખર ઘણું કામ કરે છે.

સોશિયલ મીડિયા માર્કેટિંગમાં શામેલ છે: દૈનિક/નિયમિત પોસ્ટ્સ જે તમારી product અથવા service વિશે હશે અને તે તમને અને તમારા મિત્રો અથવા ગ્રાહકો સાથે સંપર્કમાં રાખે છે.

દરેક જણ ફેસબુક અથવા ઇન્સ્ટાગ્રામનો ઉપયોગ કરી રહ્યા છે, બરોબર? તો, તેનો ફાયદો કેમ ન લેવો?

કેવી રીતે? તમારા ઉત્પાદનો અથવા સેવા વિશે સોશિયલ મીડિયા પર ખૂબ આકર્ષક પોસ્ટ્સ લખો અને તમે જેને જેને જાણો છો તે દરેક વ્યક્તિ ને શેર કરો. જો શક્ય હોય તો, ખાસ કરીને, તમારી સેવા અથવા ઉત્પાદન માટે તે સોશિયલ મીડિયા પર પેજ બનાવો અને નિયમિત ધોરણે પોસ્ટ્સ અપલોડ કરો.

જો તમને "પેઇન્ટનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરવો", "ફ્રોટોશોપનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરવો" વિશે થોડું જ્ઞાન હોય, તો પછી તમારે સુંદર ડિઝાઇનો બનાવી ને તમારા સોશિયલ મીડિયા એકાઉન્ટ પર અપલોડ કરો અને તેમ કરવાથી ગ્રાહકનું ધ્યાન ચોક્કસપણે આવશે અને ઘણા બધા ગ્રાહકો આવશે.

ઇમેઇલ માર્કેટિંગમાં શામેલ છે: (ખાસ કરીને) તહેવારો પર તમારા ગ્રાહકને નિયમિત ઇમેઇલ મોકલવું.

શું તમે જાણો છો કે કેટલાક લોકો નિઃશુલ્ક કોર્સ ઑનલાઈન કેમ ઑફર કરે છે, કારણ કે તેઓ ને તમારી વ્યક્તિગત માહિતી જેવી કે: તમારો મોબાઇલ નંબર, ઇમેઇલ આઈડી વગેરે જોઈએ છે.

પરંતુ શા માટે? કારણ કે, જો તેઓને તમારું ઇમેઇલ આઈડી મળે, તો તેઓ તેમના સંદેશાઓ તેમની સેવા અથવા ઉત્પાદનની જાહેરાત કરવા માટે મોકલી શકે છે. જો તેઓને તમારો મોબાઇલ નંબર મળે, તો તેઓ તેમના આગલા કોર્સ માટે સંદેશાઓ મોકલી શકે છે અથવા તેમની સેવાનું માર્કેટિંગ કરવા માટે તમને સૂચના(notifications) મોકલી શકે છે.

થોડા દિવસ પહેલા, મેં મારા ફેસબુક એકાઉન્ટ પર એક પ્રાયોજિત(advertised) સંદેશ જોયો હતો: "સંદેશાવ્યવહારની કુશળતા શીખો (Learn Communication Skills)" તેથી, મેં વિચાર્યું કે સારું ચાલ યજ્ઞેશ આપણે વેબિનાર ભરીએ. કેમ કે મેં મારી જિંદગી માં ક્યારેય વેબિનાર ભર્યો નહોતો એટલે મારે જાણવું હતું કે શું હોય અને કેવું હોય એ વેબિનાર માં

એટલે મેં એ લિંક પર જઈને તેનું ફોર્મ ભર્યું જેમાં મેં મારી personal માહિતી પણ આપી હતી જેમ કે મોબાઈલ નંબર, Email Id વગેરે.

પછી, એક કલાક પછી, મને મારા ફોનમાં તે વેબીનાર વિશે એક સંદેશ મળ્યો, તેથી, મેં મારા ફોનમાં વેબિનાર ની તારીખ જોઈ અને સમય જોયો. અને સાચી તારીખે, મેં તે વેબનારમાં હાજરી આપી, તે સારો વેબિનાર હતો અને મને ઘણું શીખવાનું મળ્યું એમાંથી. પરંતુ પછીથી, જ્યારે હું મારું ઇમેઇલ અથવા ફોન ખોલું, ત્યારે મને તેનો મેઇલ અથવા સંદેશ અનુક્રમે જોવા મળ્યો હતો જેનો અર્થ એ કે તે તેના ગ્રાહકો બનાવવા માંગતો હતો કે જેના આધારે તે નિયમિત રીતે તેના સર્વિસ સંબંધિત સંદેશા મોકલી શકે.

આ અનુભવે મને આશ્ચર્યજનક વસ્તુ શીખવી: "જો તમે વધુ ગ્રાહક પ્રાપ્ત કરવા માંગો છો, તો પ્રથમ તેમને નિઃશુલ્ક અજમાયશ(Trial) આપો અને પછી જો તેઓને તમારા ઉત્પાદન અથવા સેવા ગમશે, તો તેઓ ફરીથી આવશે અને જો તેઓ ફરીથી આવશે, તો તેઓ વધુ લોકો સાથે લાવશે. જેથી તમારા ગ્રાહકો આપમેળે વધશે અને ત્યારે તમારે ફક્ત નિયમિત રૂપે તમારી સેવા અથવા ઉત્પાદન વિશે મેસેજ દ્વારા અથવા મેઈલ દ્વારા યાદ કરાવવાનું રેહશે."

13 માર્કેટિંગ ની શક્તિ

જેઓ તેમની પોતાની દુકાન ધરાવે છે, તેઓ તેમના બીઝનેસને કેવી રીતે વધારે મોટો કરવો તે જાણતા નથી. તેઓ ફક્ત એટલુજ જાણે છે કે તેઓ તેમના ઉત્પાદનો તેમના ગ્રાહકોને કેવી રીતે વેચી શકે છે. તેઓ બીઝનેસ કાર્ડ(Visiting Cards) બનાવે છે અને તેમના પ્રથમ મુલાકાતી ગ્રાહકોને આપે છે. તેઓ wholesalers પાસેથી ઉત્પાદનો આયાત(buy) કરે છે અને તેમનું કમિશન ઉમેર્યા પછી, તેઓ તે ઉત્પાદન તેમના ગ્રાહકોને વેચી દે છે.

હું અને તમે બીઝનેસ કરવાની આ પરંપરાગત રીત જાણીએ છીએ. પરંતુ, શું તમે ઘણા બધા ગ્રાહકો મેળવવા માંગો છો અને વધુ પૈસા કમાવવા માંગો છો? તો, આવા સમયે, તમારે તમારી સિસ્ટમ ને થોડી બદલવી પડશે અને તમારે નિયમિત ધોરણે થોડું વધારે કામ કરવું પડશે. જેમ મેં ઉપર તમને માર્કેટીંગના તમામ જુદા જુદા રસ્તાઓ બતાવ્યા છે તે રીતો નો ઉપયોગ કરી ને અથવા તમારી પોતાની કોઈ અલગજ માર્કેટિંગ strategy બનાવી ને તમારા ગ્રાહકો ને તમારી products પહોચાડી શકો છો. પણ દરેક વખતે માર્કેટિંગ ની જરૂર કેમ પડે છે? કારણ કે, મેં એક વાર્તા સાંભળી છે જેને હું તમારી સાથે શેર કરવા જઈ રહ્યો છું: 'ભૂતકાળમાં એક વ્યક્તિ હતો જે સારી લાયકાત ધરાવતો હતો પરંતુ તેને નોકરી નહોતી મળતી. તેથી તેણે પોસ્ટર બનાવવાનું નક્કી કર્યું અને તેણે તે પોસ્ટર બનાવ્યું જેમાં

તેણે પોતાનો સારો દેખાતો ફોટો, નામ, લાયકાત અને "Looking for a Job" નો સમાવેશ કર્યો અને પછી તેણે તે પોસ્ટરને તેના ઘરની દીવાલ પર મૂક્યો. અને તમે વિશ્વાસ નહીં કરો પરંતુ થોડા દિવસો પછી તેને નોકરી માટે ઘણી ઓફરો મળી. અને તેને શા માટે ઓફર મળી તે પાછળનું કારણ "માર્કેટિંગ" સિવાય બીજું કંઈ નથી. તે ઓવર-બ્રિજ નજીક રહેતો હતો જ્યાંથી ઘણા લોકો વિવિધ શહેરોથી મુસાફરી કરતા હતા.'

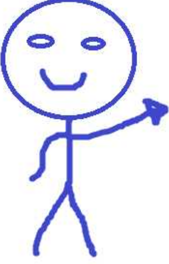
આનો અર્થ સરળ છે: "જો તમે ક્યારેય તમારા ઉત્પાદન/સેવાની જાહેરાત નહીં કરો, તો લોકો તમારા વિશે ક્યારેય કેવી રીતે જાણી શકશે?"

21 મી સદીમાં, સોશિયલ મીડિયા આપણા માટે જાહેરાત પ્લેટફોર્મ્સ જેવી છે. તમે તમારા ઉત્પાદન/સેવાને લોકોને બતાવવા માટે તેનો ઉપયોગ કરી શકો છો. જેથી દરેકને ખબર પડશે કે તમે કોણ છો અને તમે શું કરવા સક્ષમ છો જેથી જ્યારે એમને જરૂર પડશે ત્યારે એ લોકો તમારો સંપર્ક કરશે.

તેથી, માર્કેટીંગની શક્તિ ને મહત્વ આપતા તમારે વિવિધ ઉદાહરણોમાંથી અને કોઈની વ્યૂહરચનાનું વિશ્લેષણ કરીને એને શીખી લેવી જોઈએ.

ગઈ કાલે (8/2/19), મને મારા ઓનલાઈન સ્ટોરમાંથી ઘરે એક પાર્સલ મળ્યો જે મેં બીજા કોઈ માટે ઓર્ડર આપ્યો હતો. અને, મેં પાર્સલ ખોલ્યું, જેમ મેં પહેલું પેકેજ ખોલ્યું, મેં કંપનીના બૉક્સને જોયું. અને તે બોક્સ પર, ફેસબુકનું એક ચિહ્ન હતું, અને મેં વિચાર્યું: "તેઓએ આ આયકનને શા માટે

અહી બોક્ષ પર રાખ્યું છે, અને પછી મને ખ્યાલ આવ્યો કે તેઓ તેમનું બ્રાંડ વાયરલ કરવા માંગે છે જેથી કરીને તેઓએ તેમનું પોતાનું Facebook પેજ પણ બનાવ્યુ છે અને તેઓ તેમની પોસ્ટ્સ અપલોડ કરે છે નિયમિત ધોરણે. અને જ્યારે કોઈ તેમના ઉત્પાદનને ઓર્ડર આપે છે, ત્યારે તે તેને સારી ગુણવત્તા અને સારા પેકેજ પ્રદાન કરે છે જેથી ગ્રાહક તેમના ઉત્પાદનને પસંદ કરે. તેઓ આવા સોશિયલ મીડિયા આઇકોન પણ દોરે છે જેથી તેમના ગ્રાહકો નિયમિત ધોરણે તેમની ઑફર્સ જોઈ શકે. "આ રીતે તેઓ તેમના બ્રાન્ડને વાયરલ બનાવે છે.



સોશિઅલ મીડિયા નો જાહેરાત માટે ઉપયોગ કરવો એટલે તમારી પાસે પારસમણી છે એમ કહી શકાય.

14 જાણવા માટે મહત્વપૂર્ણ વસ્તુઓ

બીઝનેસ એક સરળ વસ્તુ નથી કારણ કે ઘણા સ્ટાર્ટઅપ્સ મહત્વપૂર્ણ પરિમાણો (parameters) ના અભાવે નિષ્ફળ રહ્યા છે, જે તમારે તમારા પોતાના બીઝનેસને પ્રારંભ કરતા પહેલા સમજવા જોઈએ.

કેટલાક મહત્વપૂર્ણ પરિમાણો:

1) **ઉચિત જગ્યા**
2) **ઉત્પાદન ની માંગ**
3) **લક્ષિત ગ્રાહકો**
4) **ઉત્પાદન/સેવા ની ગુણવત્તા**
5) **તમારા ઉત્પાદન/સેવાને સમજવું**

હું તમને વિગતવાર સમજાવું છું:

1) ઉચિત જગ્યા: તમારું સર્વિસ સેન્ટર અથવા એન્ટરપ્રાઇઝ એવી જગ્યાએ હોવું જોઈએ જે જગ્યા એ ઉત્પાદન ની માંગ, લક્ષિત ગ્રાહકો અને પરિવહન કરવાના દ્રષ્ટિકોણથી તમને સંતોષ આપી શકે.

ધારો કે, મેં મંદિર અથવા શાળા નજીક મારી પોતાની મેડીકલ સ્ટોર ખોલી છે, તો તમે સરળતાથી ધારી શકો છો કે કોઈ પણ લોકો મારા સ્ટોરમાં આવશે નહીં, કારણ કે મંદિરમાં લોકો જ્યારે પૂજામાં જાય ત્યારે પૂજા ની સામગ્રી વાપરે છે અને વિદ્યાર્થીઓ ને ખોરાક જેવી વસ્તુઓ રીસેસ દરમ્યાન

જોઈતી હોય છે. પરંતુ જો મારું મેડીકલ સ્ટોર હોસ્પિટલની નજીક છે, તો ઘણા લોકો ચોક્કસપણે ત્યાં આવશે અને તે સ્પષ્ટ છે. તેથી જ તમારે તમારા એન્ટરપ્રાઇઝ/સ્ટોર/સેવા કેન્દ્ર અથવા તમે જે કંઈપણ કહો તે માટે યોગ્ય સ્થાન વિશે જાણવું જરૂરી છે.

2) ઉત્પાદન ની માંગ: આ 21 મી સદી છે જેમાં ઘણી બધી વસ્તુઓ છે જે ખરેખર ખૂબ જ ઝડપથી બદલાય છે. જો તમે 1995 થી 1999 ની વચ્ચે જન્મેલા હોવ તો તમે તમારા ઘરમાં કેબલ સાથે ટેલિફોનનો ઉપયોગ કર્યો હોઈ શકે છે પરંતુ આજકાલ તમે મોબાઇલ ફોન/સ્માર્ટ ફોન્સ જોઈ શકો છો જે એક સાથે ઘણી બધી વસ્તુઓ કરી શકે છે અને ઘણા બધા કામ પણ સરળ કરી શકે છે. તેણે રેડિયો, અખબારો, ટીવી, બેંકો અને ઘણી બધી વસ્તુઓને બદલી દીધી છે. અને હજી પણ કંપનીઓ વધુ અને વધુ સુવિધાઓ સાથે તેમના સ્માર્ટફોન્સને સુધારે છે. ભવિષ્ય દુર નથી કે જ્યારે તમારો મૂડ નહિ હોય ત્યારે મૂડ લાવવા પણ તમારો સ્માર્ટ ફોન તમને તમારો મૂડ લાવી આપશે.

તેવી જ રીતે, લોકો ને વર્ષો પછી પણ તમારી product પેહલા હતી એવી રહે તો તમારા ઉત્પાદન(products) લોકોને ગમશે નહીં. તમારે કેટલીક નવીનતાઓ(Innovations) લાવવી પડશે જે તમારા ઉત્પાદન/સેવાને કંઈક સારું આપી શકે જેથી લોકોને તે ગમેં.

નીચેની વસ્તુઓ હંમેશાં માંગ માં છે અને રહેશે:

ખોરાક, કપડાં, ઘર, દવાઓ અને પાણી.

અહીં, કપડાં અને ઘરને ક્યારેક નાં ગણીએ તો ચાલી પણ જાય કેમ કે તે ભાડે પણ લઇ શકાય છે પરંતુ ખોરાક, પાણી અને દવાઓ આવશ્યક છે કે જેના વગર ક્યારેય રહી નાં શકાય. કારણ કે, ખોરાક વિના લોકો જીવી શકતા નથી અને તેનું કારણ આપણે જાણીએ છીએ કે, ખોરાક પોષક તત્વો પૂરા પાડે છે જે આપણા શરીરના વિકાસ માટે જરૂરી છે. આપણું શરીર ૭૦% ફક્ત પાણી થી જ બનેલું છે અને એટલેજ જ્યારે પણ આપણા શરીરનું પાણી ઉલટી, ઝાડા, પરસેવા વગેરે દ્વારા નીકળી જાય છે, ત્યારે શરીર ને નબળાઈ(Weakness) અનુભવાય છે જે પાણી આપવા થી અથવા ઉર્જા(Glucose) આપવા થી દુર થાય છે. કહેવાનો અર્થ એ જ કે પાણી વગર આપણે લાંબો સમય રહી નાં શકીએ.

આપણે જે ખોરાક ખાઈએ છીએ તે અને આપણી જીવનશૈલી આપણું સ્વાસ્થ્ય નક્કી કરે છે, જો આપણે બીમાર થઈએ તો આપણને દવા ની જરૂર પડે છે પછી ભલે ને એ આયુર્વેદિક હોય, હર્બલ હોય કે એલોપેથીક હોય. પણ તે ક્ષણે, દવા આવશ્યક છે. તેવી જ રીતે દુનિયા માં ઘણા બધા વ્યવસાયો છે જે લાંબો સમય સુધી ચાલે છે અને ચાલશે. ઉદાહરણ તરીકે: એડવોકેટ, શિક્ષક(શાળા માં ભણાવે તે શિક્ષક નહિ પણ જે પ્રાઈવેટ કન્સલટંસી ચલાવે છે એ શિક્ષક.) વગેરે.

બજારની માંગ (Market Demand): જો તમે તમારો બીઝનેસ શરૂ કરવા માંગો છો, તો તમારે સમજવું પડશે કે બજારની માંગ શું છે. ચાલો હું તમને

એક નવીન (Innovative) આઈડિયા આપીશ જે, જો તમે સમજી જશો તો, મારા વિશ્લેષણ અને દ્રષ્ટિકોણ મુજબ તમારા જીવનને બદલી શકો છો. હું ઇન્ટરનેટ અને કમ્પ્યુટર્સ વિશે જાણવામાં રસ ધરાવું છું, તેથી હું તમને એક નવીન આઈડિયા આપી શકું છું: તમે ઑનલાઇન મીટિંગ કરી શકાય એવા પ્રકારની વેબસાઇટ જોયેલી હોઈ શકે છે જે ઑનલાઇન મીટિંગ અને વેબિનાર્સ (Webinar – જેમ સ્ટેજ પર સેમીનાર થાય એવી રીતે આ internet પર થાય જેને વેબિનાર કેહવાય.) ઑફર કરે છે.

ઉદાહરણ: **GoToMeeting.**

હવે, તમારે એક વસ્તુ કરવાની જરૂર છે: ધારો કે તમેં કોઈ ઑનલાઇન મીટિંગ રાખી છે અને તે મીટીંગમાં કોઈ ગેરહાજર છે, તો શું એ વ્યક્તિ મીટીંગ ને ભરી શકશે? અથવા, શું તે વ્યક્તિ ક્યારેય એ મીટીંગ ની મજા માણી શકશે? – જવાબ સ્પષ્ટ છે કે "ના" બરોબર? પણ મારી પાસે એક આઈડિયા છે કે કોઈ પણ વ્યક્તિ મીટીંગ માં ગેરહાજર રહ્યા પછી પણ તે મીટિંગ જોઈ શકે છે.., હવે તમને કદાચ પ્રશ્ન થાય કે કેવી રીતે? તો એનો જવાબ પણ એક દમ સરળ છે, વેબસાઇટમાં મીટિંગ દરમિયાન વિડિઓ રેકોર્ડિંગની એક સુવિધા હશે(અથવા રાખવાની) જે આપણા સર્વરમાં એક અઠવાડિયા સુધી સંગ્રહિત કરવામાં આવશે જેથી ગેરહાજર રહેલા લોકો તે મીટીંગ ને આખી નિહાળી શકે અને મીટીંગ ની મજા માણી શકે. હા, દરેક વસ્તુ ના ગેરફાયદા હોય છે પણ હું એક તમને રસ્તો બતાવું છું કે એવું પણ આપણે કરી શકીએ છીએ.

3) લક્ષિત ગ્રાહકો (Targeted customers)

કલ્પના કરો કે તમે રમકડાં બનાવી ને વેચવાનો બીઝનેસ કરો છો અને તમે તેની જાહેરાત પાછળ તમારા પૈસા ખર્ચો છો, પરંતુ તમારી બધી જાહેરાતો વૃદ્ધો અને પુખ્ત વયના લોકો દ્વારા જોવામાં આવે છે કે જેમને તમારા રમકડાંની કોઈ જરૂર નથી. તો તમે જ કહો, શું એવી જગ્યા એ તમારે પૈસા ખર્ચવા ઉચિત છે? અથવા શું તમારી જાહેરાત લક્ષિત ગ્રાહકો લાવશે? આ કિસ્સામાં, મારો જવાબ છે "ના", બરોબર ને?

તેથી, જો તમે દુનિયા નું બેસ્ટ ઉત્પાદન કરતા હોય તો પણ, તમારે લક્ષિત ગ્રાહકોને કેવી રીતે લાવવા એનું જ્ઞાન હોવું આવશ્યક છે.

અને, "લક્ષિત ગ્રાહકોને કેવી રીતે આકર્ષવું અથવા સંપર્ક કરવો તે" દરેક વ્યક્તિ ની અલગ અલગ strategies પર આધાર રાખે છે કારણ કે બધા વ્યવસાયિકો વધુ ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે તેમની પોતાની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના પસંદ કરે છે.

YouTube, Facebook અને Instagram એ આજના જમાના માટે બેસ્ટ પ્લેટફોર્મ છે કે જેમાં આપણે આપણી advertisement લોકો સુધી કરી શકીએ છીએ અને તે પણ મફત માં. અને ઘણા એવા પણ પ્લેટફોર્મ્સ છે કે જેમાં તમે વધારે customers સુધી પહોચવા માટે તમે પૈસા પણ ખર્ચી શકો છો.

અને એના માટે તમે Google એડવર્ડ્સ અને ફેસબુક એડવર્ટાઈઝિંગ પ્લેટફોર્મમાં જાહેરાત માટે તમારા પૈસાનું રોકાણ કરી શકો છો.

4) ઉત્પાદન/સેવા ની ગુણવત્તા

દરેક વ્યક્તિને સસ્તા ભાવ માં સારી ગુણવત્તા વાળી વસ્તુ લેવી ગમે છે. તેથી, જો તમે લોકો ને સસ્તા ભાવ માં સારી ગુણવત્તા પ્રદાન કરશો તો લોકો જરૂર તમારી પાસે થી વસ્તુ ખરીદશે અને તમને છોડી ને એ ક્યાય બીજે નહિ જાય અને એને લીધે તમારો ગ્રાહક સાથે નો સંબંધ પણ બનશે.

ચાલો હું તમને એક વાસ્તવિક અને રમુજી ઉદાહરણ આપુ, માત્ર થોડા અઠવાડિયા પહેલા, મારા ક્ષેત્રમાં નજીક એક મૉલ ખોલવામાં આવી છે (હું કાયદાઓ પર આધારિત કેટલાક નિયંત્રણોને કારણે તેનું નામ શામેલ કરવા માંગતો નથી) તો મારા નજીક જે મોલ ખોલ્યો હતો એની બાજુ માંથી હું એક રાત્રે પસાર થયો અને મેં જોયું તો તેમાં બહુ બધા લોકો હતા કેમ કે એ મોલ ના માલિકે દરેક વસ્તુ પર એકજ ભાવ રાખ્યો હતો જે માર્કેટ ના ભાવ કરતા સસ્તો હતો અને એને લીધે ત્યાં ખુબજ પબ્લિક હતી અને અંદર જવાની પણ જગ્યા નહોતી. પછી બે દિવસ પછી મને મારી મમ્મી એ કહ્યું કે, "બેટા, મારે ડ્રેસ લેવા જવું છે તો તું ઘર સંભાળજે હું આવું" મેં "હા" કહ્યું પછી અડધા કલાક પછી તરતજ મારી મમ્મી પાછી આવી અને મેં પૂછ્યું કે, "કેમ મમ્મી તું કઈ પણ લીધા વગર પાછી આવી?" ત્યારે મારી મમ્મી એ મને કહ્યું કે, "બેટા, એ લોકો એ અલગ અલગ વસ્તુ પર થોડોક ભાવ વધારી દિધો છે." અને તરત જ હું એ મોલ વાળા ની માર્કેટિંગ પ્લાન સમજી ગયો.

એ લોકો ની માર્કેટિંગ પ્લાન એવો હતો કે, "જો અમે લોકો ને પેહલા ઓછા ભાવ માં બધી વસ્તુઓ આપીશું તો લોકો ડિસ્કાઉન્ટ ના નામે બધીજ વસ્તુઓ અહી થી ખરીદશે અને જ્યારે એ લોકો અમારા મોલ માંથી વસ્તુ ખરીદવા માટે વ્યસની બની જાય ત્યારે ધીમે ધીમે વસ્તુઓ નો ભાવ વધારવાનો કે જેથી એ લોકો વસ્તુ અમારે ત્યાંથી ખરીદવા માટે વ્યસની બની ગયા હોવાને કારણે અમને છોડી ને નહિ જાય." પણ હકીકત સાવ જુદી નીકળી, તમે જ કહો કે જે વસ્તુ બજાર માં મોંઘી મળતી હોય અને એજ વસ્તુ કોઈ એક જગ્યા એ સારી ગુણવત્તા માં સસ્તી મળે તો સ્વાભાવિક છે કે લોકો ત્યાંથી ખરીદશે પણ એનો મતલબ એવો થોડો છે કે જો એ લોકો ભાવ વધારશે તો પણ ગ્રાહકો તેમની પાસે થી જ ખરીદશે?, ગ્રાહકો ને ગમે તે રીતે સસ્તા ભાવ માં સારી ગુણવત્તા જોઈતી હોય છે અને જ્યારે તમે તેમનું દીલ જીત્યાં પછી પણ જો ભાવ વધારો તો એ લોકો બીજે થી જ ખરીદશે નહિ કે તમારે ત્યાંથી. અને આ વસ્તુ સમજવા માં એ મોલ વાળા એ ભૂલ કરી અને એટલેજ મારી મમ્મી જેવા અને અન્ય બીજા ગ્રાહકો કે જે સસ્તા ભાવ માં સારી ગુણવત્તા શોધતા હોય એ ક્યારેય બીજી વાર ત્યાં નાં જાય. અને એટલેજ એવી માર્કેટિંગ strategy નાં વપરાય. હા, તેમ છતાં, એક વાત ખરી કે આવી strategy વાપરવાથી જે લોકો ને ભાવ થી કોઈજ ફર્ક નહિ પડતો એ લોકો તો આવવાના જ.

5) તમારા ઉત્પાદન/સેવાને સમજવું

મેં ઘણા દુકાનદારો અને વ્યવસાયીઓ જોયા છે કે જે લોકો ને પોતાના માં છુપાઈ રહેલી કુદરત ની અમૂલ્ય ભેટ વિશે ખબરજ નથી હોતી અને એને નાં વાપરવા ને કારણે તે લોકો તેમના બીઝનેસ માં સફળ નથી થતા હોતા. કોઈ પણ વ્યવસાયી નું લક્ષ્ય એમ હોય છે જ કે, "હું આના થી પણ મોટો વ્યાપારી બનું અને અત્યારે જેટલું કમાઉ છું એના કરતા પણ વધારે કમાઉ". પણ તે એમ નથી કરી શકતો અને એનું કારણ બીજું કઈ નહિ પણ એમને એમની વસ્તુ નું ઊંડાણ ભર્યું જ્ઞાન નાં હોવું એ અને વસ્તુઓ ને લોકો સુધી કઈ રીતે પહોચાડવી એનું જ્ઞાન નાં હોવું એ છે.

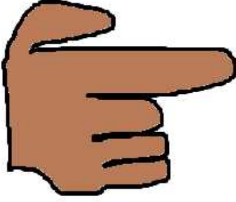
શું તમે જાણો છો કે ભૂતકાળમાં ઘણા સ્ટાર્ટઅપ આઈડિયા નિષ્ફળ કેમ થયા હતા? અને કેટલાક તો હજુ પણ નિષ્ફળ જાય છે. તેની પાછળનું કારણ છે સર્જનાત્મકતા નો અભાવ, નવીનીકરણ નો અભાવ, કલ્પનાશક્તિ નો અભાવ વગેરે. મેં આ વિશિષ્ટ વિષયો પર એક પુસ્તક લખ્યું છે: "ઉદ્યમસાહસિકો માટે સર્જનાત્મકતા, કલ્પનાશક્તિ અને મગજ ને કેવી રીતે વિકસાવવું"(How to develop Creativity, imagination & Brain for Entrepreneurs). આ પુસ્તક તમને એમ શીખવાડે છે કે, "કેવી રીતે આપણી સર્જનાત્મકતા અને કલ્પનાશક્તિ કામ કરે છે?", "કેવી રીતે કોઈ વધુ તો કોઈ ઓછું સર્જનાત્મક હોય છે અને કેવી રીતે એને વધારી શકાય છે?" અને એના જેવું ઘણું બધું સમજાવેલું છે. આ પુસ્તક એમેઝોન પર ઉપલબ્ધ છે, તમે તેને રૂ.૫૦૦ માં ખરીદી શકો છો અથવા તે બૂક ની સોફ્ટ કોપી (pdf

ફાઈલ) ખરીદવા કે જે રૂ.૫૦ ની છે એને ખરીદવા માટે તમે મને સીધોજ સંપર્ક સાધી શકો છો. અને તમે મને મારા આઈડી પર ઇમેઇલ મોકલી શકો છો: yagneshsuthar861998@gmail.com જેમાં તમારે તમારું નામ, અને તમારે આ બૂક જોઈએ છીએ એનો ઉલ્લેખ કરવાનો રેહશે.

મારા કાકા સુથારકામનો બીઝનેસ કરે છે અને તે ૨૦ વર્ષથી આ ક્ષેત્રમાં છે. આટલા લાંબા વર્ષો નો અનુભવ કર્યા પછી પણ, ફર્નિચર બનાવવા દરમિયાન પણ તે ભૂલો કરે છે. અને મેં તેમને સૂચવ્યું: "જો તમે તમારા બધા કાર્યોને એક કાગળ (Documentation) માં નાના ભાગોમાં વિભાજીત કરશો, તો તમે તમારા કામ ને ખુબ ઝીણવટ થી સમજી શકશો" અને તેમણે તે જ કર્યું અને ખરેખર પરિણામો એટલા સારા હતા કે જે કામ તેમને પૂરું કરતા ૩ દિવસ લાગતા હતા એ જ કામ તે એક દિવસ પેહલા કરી શકતા હતા (ધંધાદારી માટે એક દિવસ પણ ઘણો મોટો સમય કેહવાય).

અને આમ સરળ કેમ બન્યું તેનું સીધું કારણ આ મુજબ નું છે: કે જ્યારે પેહલા મને એ એમ કેહતા કે મારે એક કબાટ બનાવવાનું છે ત્યારે તેમને હું એ કબાટ નો ડાયાગ્રામ વિશે પૂછતો ત્યારે તે મને કેહતા કે ડાયાગ્રામ ની કઈ જરૂર નથી કેમ કે આખું કબાટ મારા મગજ માં ફીટ જ છે કે કેવી રીતે બનાવવાનું અને ત્યારે હું તેમને કેહતો કે કાકા, તમારી વાત સાચી છે પણ જો તમે એનું એક documentation કરો છો ત્યારે તમને એ તમારા કામ વિશે વધારે ખ્યાલ આપે છે અને તમારે જે કઈ પણ ભૂલ થવાની હશે એ બધીજ ભૂલ તમે એ ડાયાગ્રામ માં જ સુધારી શકશો. આથી ડાયાગ્રામ

બનાવો અને દરેક પાર્ટ્સ નો ઉલ્લેખ કરો જેથી તમને ખ્યાલ આવે. અને જ્યારે તેમણે જે કહ્યું એ પ્રમાણે કર્યું તો ખરેખર પરિણામ સારૂ જોવાનું મળ્યું. આ વાત નો સીધો અર્થ છે કે, જ્યારે આપણે કોઈ વસ્તુ પ્લાનિંગ થી કરીએ છીએ તો એમાં ભૂલો થવાની સંભાવનાઓ ખુબજ ઘટી જાય છે. અને એટલા માટેજ કોઈ પણ કામ પ્લાનિંગ થી જ કરવું જોઈએ.



મન માં નક્કી કરેલું કામ જ્યારે ૧00% બરોબર હોય ત્યારેજ એને જીવન માં ભૌતિક સ્વરૂપે લાવવું જોઈએ તો એ ભૂલો ને થતી અટકાવશે.

15 બીઝનેસ ની કીંમત

મારી દ્રષ્ટિ મુજબ હું બીઝનેસ તેને જ કહીશ કે જેમાં મારે હાજર રેહવાની જરૂર નથી પડતી અને છતાં હું ઘણું બધું કમાઈ શકું. મને ખબર છે કે કદાચ તમે એવું વિચારતા હશો કે, “એવું તો શક્ય જ નથી” અને તમે કદાચ મને ઉદાહરણ પણ આપો કે ડ્રાઈવર, ડોક્ટર, પોલીસ એ બધાજ લોકો ને એમની હાજરી વગર બીઝનેસ નથી કરી શકતા તો એનો અર્થ એ થાય કે એવો ધંધો શક્ય જ નથી. તો મારે તમને કેહવું જોઈએ કે આ ૨૧ મી સદી છે અને તમે આ સદી માં મેં કહ્યા મુજબ નો બીઝનેસ પણ કરી શકો છો.

કેવી રીતે? તો તેનો જવાબ પણ સરળ છે:

1) પોતાના નામે કોઈ પ્રોપર્ટી ખરીદી લેવાની અને એને ભાડે આપી દેવાની.
2) કોઈ વેબસાઈટ બનાવી ને એના પર ઓનલાઈન કોર્સ વેચવાના અથવા માહિતી શેર કરી ને કમાવવાનું.

અને આવા તો ઘણા બધા ઉદાહરણો છે પણ કહેવાનો અર્થ એક જ છે કે તમે કોઈ પણ કંપની ના માલિક ને જોશો તો તમને ખ્યાલ માં આવશે કે એ માણસ ક્યારેય એના કંપની માં કામ કરતા વર્કર જેવું કામ નહિ કરે તેમ છતાં તે માણસ ખુબજ પૈસા કમાય છે. કેમ?

કારણ કે એ માલિક પૈસા માટે કામ નહિ કરતો પણ એવા કામ શોધે છે કે જેથી એ કામ લોકો કરે એના માટે અને એ માલિક પૈસા કમાય એમના માંથી.

એટલે કે, **ક્યારેય પૈસા કમાવવા માટે નાં ભાગશો પણ તમારા દિમાગ ને એવા કામે લગાડો કે જે તમને પૈસા મેળવી આપે હમેશા માટે** અને તેમાં પણ તમારે હાજર રેહવાની જરૂર નાં પડે. મેં પહેલા પણ આગળ એક પાઠ માં કહ્યું છે એમ: એક લેખકે (રોબર્ટ કિયોસાકી એ) એક પુસ્તક લખ્યું છે "રીચ ડેડ પુઅર ડેડ" જેમાં એ સમજાવે છે કે, "એક ગરીબ એટલા માટે ગરીબ રહે છે કારણ કે એ પૈસા માટે કામ કરે છે અને એક અમીર એટલા માટે અમીર બનતો જાય છે કારણ કે એ પૈસા કઈ રીતે વધારે મળે એના રસ્તાઓ શોધતો હોય છે."

મારે તમને એક વાત કેહવી છે:

"ક્યારેય મોટી જોબ મેળવવાના સ્વપ્ના નહિ જોવાના પણ મોટી જોબ આપવા ના સ્વપ્ના જોવાના."

નોંધ: હું અહી આમ લખી ને કોઈ વર્કર ની મજાક નથી ઉડાવતો કે નથી કોઈ નું અપમાન કરતો અને મારો કોઈ એવો ઈરાદો પણ નથી પણ જો તમારા માંથી કોઈ ને એવું લાગ્યું હોય તો, હું માફી ચાહું છું. પણ હું ફક્ત તમને એક નવો નજરીયો બતાવવા માંગતો હતો કે જેના દ્વારા તમે તમારી કીંમત સમજી શકો કે તમે પણ એક મહાન માણસ છો અને તમે પણ કોઈ

કંપની ના માલિક ની જેમ પોતાની કંપની બનાવી શકો છો અથવા તમે પણ એક અમીર માણસ બની ને તમારા બધા જ સ્વપ્નાઓ પુરા કરી શકો છો પણ મારે એટલું તો જરૂર કેહવું જોઈએ કે જો તમે એ બધું એક નોકરી કરી ને મેળવવા માંગતા હોય તો મને નથી લાગતું કે આ ૨૧ મી સદી માં આટલી બધી કોમ્પીટીશન માં તમેં એક નોકરી ની મદદ થી અમીર બની જશો. અને એટલે જ હું તમને તમારી કીંમત અને એક બીઝનેસ ની કીંમત સમજાવવા માંગુ છું. હા, થોડા સમય ની નોકરી કરી ને એમાં થી જે પૈસા મળે એ પૈસા ને રોકાણ કરી ને પણ તમે બીઝનેસ કરી શકો છો પણ એ તમારા પર આધાર રાખે છે કે તમે શું કરવા માંગો છો.

મિત્રો, તમે જસ્ટ વિચાર કરો કે, આજ થી લાખો વર્ષો પેહલા નો માણસ કે જેને આપણે આદીમાનવ તરીકે ઓળખીએ છીએ અને એ માણસ અને આજ નો આધુનિક માણસ માં પ્રગતિ (વિકાસ) ની નજર થી તફાવત જુઓ તો તમને ખબર પડશે કે એ જમાના માં આપણે શું કરતા હતા અને અત્યારે આપણે શું કરીએ છીએ. કહેવાનો અર્થ એ જ છે કે, માણસ ધારે તો શું ના કરી શકે? અને તેમ છતાં આપણે એમ બોલતા હોઈએ છીએ કે, "હું શું કરું?" તો મારે તેમને કેહવું જોઈએ કે, "ઢાંકણી માં પાણી લઇ ને ડૂબી મરો" કેમ કે તમારી આજુ બાજુ ના અથવા દુનિયા ના લોકો એ કેટલું બધું સંશોધન કરી દીધું અને તે પણ તમારી જેમ માણસ જ છે તેમ છતાં તમે એમ કહો છો કે, "હું શું કરી શકું?".., વિચાર કરજો મિત્રો, ખરેખર આ વાત બહુ સમજવા જેવી છે જિંદગી માં.

એક મહત્વ ની નોંધ:

આ બૂક પછી પણ હું એક બૂક લખવા ઈચ્છું છું જેમાં હું બીઝનેસ માં કેવી રીતે આગળ વધવું એ બાબત પર અલગ અલગ ટ્રીક્સ અને ટીપ્સ લઇ ને આવીશ અને એમાં સાયકોલોજી ની મદદ થી કેવી રીતે આપણે કસ્ટમર ને આપણી વસ્તુઓ વેચી શકીએ એના પર વધારે ભાર આપતા લેખ લઇ ને આવીશ.

અને એક બીજી વાત, કે જો તમને આ બૂક માં બતાવેલી કોઈ પણ વાત કે tricks ગમી હોય અને તમે મારી સાથે મળી ને બીઝનેસ કરવા ઇચ્છતા હોવ તો તમે મને બે-જીજક સંપર્ક કરી શકો છો.

સાથે મળી ને બીઝનેસ કરવા નો ફાયદો એ છે કે, "જેટલું મને આવડતું હશે એનો ઉપયોગ હું એકલો હોઈશ તો માર્યાદિત કરી શકીશ અને જેટલું તમને આવડતું હશે એનો ઉપયોગ તમે માર્યાદિત રૂપે કરી શકશો પણ જ્યારે બંને ભેગા થાય તો બંને ની બુદ્ધી થી કંઇક નવું કરી શકીએ છીએ અને એક મહત્વપૂર્ણ વાત એ છે કે 'એક લાકડી ના ટુકડા ને તોડવું સરળ છે પણ જ્યારે એજ લાકડી ના ટુકડાઓ નું એક જૂથ હોય તો તેમને તોડવું મુશ્કેલી ભર્યું હોય છે' અને એટલેજ વિદેશ ના લોકો ટીમ માં કામ કરતા હોય છે અને એવી કંપનીઓ ના નામ પણ બહુ ઊંચા છે: 'એપલ', 'માઈક્રોસોફ્ટ'.., વગેરે"

મારા વ્હાલા વાચકો, હું તમને મારા વીશે થોડી બીજી વાત કહેવા જઈ રહ્યો છું: એક્ચ્યુલી, મને કોઈ એક ફિલ્ડ માં રસ નથી અને એટલે જ મને ભણવા કરતાં શીખવામાં વધારે રસ છે અને એટલેજ શીખી ને જીવન માં લાગુ પાડવાથી ઘણું બધું શીખી અને સમજી શકાય છે જે ભણવાથી પણ ક્યારેક નાં સમજી કે શીખી શકાય. એટલે જો તમે કોઈ બીઝનેસમેન હોય અને તમારે મારી સાથે કામ કરવાની ઈચ્છા હોય તો મને સંપર્ક કરી શકો છો.

જો તમે કોઈ વિદ્યાર્થી હોય તો હું તમને જરૂર કહીશ કે, "જીવન માં ઘણું બધું છે શીખવાનું અને ભણ્યા સિવાય પણ એક દુનિયા હોય છે જેના માટે લોકો જીવી ગયા અને પોતાનું નામ બનાવી ગયા.., વિશ્વાસ નહિ આવે પણ સાબિતી છે: 'આલ્બર્ટ આઇન્સ્ટાઇન ને $E=MC^2$ કોઈએ નહોતું શીખવાડ્યું એમણે જાતે જ શીખેલા' અને આવા તો ઘણા ઉદાહરણો છે પણ એના માટે વ્યક્તિગત રીતે મળવું પડે..!!!" તો હું એમ કહું છું કે, "જો તમારા માં **કોઈ એક જબરદસ્ત આવડત** હોય તો મને જરૂર સંપર્ક કરજો કેમ કે મારી પાસે તમારા માટે એક મોટો પ્લાન છે"

તમને પ્રશ્ન કદાચ થાય કે, "કેમ હું તમને મારો સંપર્ક કરવાનું કહું છું?" તો એનો જવાબ છે, "(૧) બીજા ના ભલા માં આપણું ભલું અને (૨) એકલી લાકડી તોડવી સરળ છે પણ જૂથ ને મુશ્કેલ છે."

સમજાય તો અને નાં સમજાય તો સંપર્ક કરજો..!!! ☺☺

Website Links in QR code:

Yags3world (YouTube)	
Yags3World (Blog)	
Amazing things (Blog)	
Instagram (yagnesh333)	
Converter (એક સર્વિસ)	